

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Madis Kask

PAKIAUTOMAADI TEENUSEPAKKUJA VALIKUT

MÕJUTAVAD TEGURID TARBIJALE

Bakalaureusetöö

Õppekava EALB02/14

Juhendaja: Airi Noppel, MBA

Tallinn 2018

Deklareerin, et olen koostanud töö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on 8943 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Madis Kask

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 155269EALB

Üliõpilase e-posti aadress: madiskask@hotmail.com

Juhendaja: Airi Noppel, MBA:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	3
SISSEJUHATUS	4
1. TARBIJAKÄITUMISE, E-KAUBANDUSE JA PAKIAUTOMAADI TEENUSE TEOREETILINE TAUST	6
1.1. Tarbijakäitumine ja ostuotsustusprotsess.....	6
1.2. E-kaubanduse ajalugu ja areng	9
1.3. Pakiautomaadi teenus	12
2. UURINGU METOODIKA	15
3. PAKIAUTOMAADI TEENUS TARBIJA VAATEPUNKTIST	19
3.1. Pakiautomaati teenusepakkujad Eestis	19
3.2. Uuringu tulemused, analüüs ja järeldused	21
KOKKUVÕTE	40
SUMMARY	43
KASUTATUD ALLIKAD	45
LISAD	48
Lisa 1. Uuringu küsimused, kaaskiri ja vastajate arvud.....	48
Lisa 2. Teenusepakkuja eelistamise põhjused	54
Lisa 3. Pakiautomaadi teenuse kasutamisega seotud huvitavad kogemused.....	64

LÜHIKOKKUVÕTE

Töö eesmärk on välja selgitada pakiautomaadi teenusepakkuja valikut mõjutavad tegurid teenuse tarbijale ja tarbijate teadlikkus ning eelistused teenusepakkujate osas. Eesmärgi saavutamiseks viiakse läbi töö autori poolt koostatud küsimustega uuring *Google Forms* keskkonnas ajavahemikul 19. märts - 11. aprill 2018. Valimisse kuuluvad üle 16 aastased Eestis elavad inimesed. Küsimustikule vastajaid on 553, kellest 534 kuulusid valimisse. Analüüsil tehakse väljavõtteid nii soo, vanuse, leibkonna keskmise sissetuleku kui ka vastava teenusepakkuja eelistajate kohta. Töö peamised uurimisküsimused on järgnevad:

1. Milline on pakiautomaadi teenusepakkujate tuntus ja kasutatavus?
2. Kuidas jagunevad tarbijate eelistused teenusepakkujate vahel ja mis on ettevõtete soovitusindeksid?
3. Mis on teenuse tarbijale kõige tähtsamad teenusepakkuja valikut mõjutavad tegurid?

Uuringu tulemustest selgub, et kõige tuntum ja suurima kasutatavusega pakiautomaadi teenusepakkujaks on Omniva. Nii tuntuse kui kasutatavuse poolest teisele kohale jääb Itella SmartPOST ning kolmandaks platseerub DPD. Küsitlusele vastajate seas kõige eelistatumaks teenusepakkujaks on Itella SmartPOST, millele järgnevad Omniva ja DPD. Veerandil küsimustiku täitjatest kindel eelistus puudub. Itella SmartPOST-il on ka kõige kõrgem soovitusindeks (60%), DPD-l on selleks näitajaks 42% ja Omnival 34%.

Kõige olulisemateks teguriteks pakiautomaadi teenuse puhul on: 1) pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast; 2) hind; 3) tarne kiirus; 4) teenuse kvaliteet; 5) ööpäevaringne ligipääsetavus. Kui mehed hindavad teenuse puhul enam tarne kiirust ja ööpäevaringset ligipääsetavust, siis naised peavad meestest olulisemateks teguriteks hinda ja teenuse kvaliteeti.

Märksõnad: tarbijakäitumine, ostuotsustusprotsess, e-kaubandus, pakiautomaat, pakiautomaadi teenus

SISSEJUHATUS

E-kaubanduse jätkuv arenemine ja müügimahtude kasv on endaga kaasa toonud transporditeenust pakkuvatele ettevõtetele pakimahtude suurenemise. Sellega seonduvalt otsitakse innovaatilisi ja nutikaid lahendusi, kuidas tarneahelat e-poe laost kliendini võimalikult efektiivselt üles ehitada. (Vakulenko *et al.* 2017) Ühe sellise lahendusena on Eesti turul jõuliselt kanda kinnitanud pakiautomaadi teenus, mis sai alguse juba 2009. aastal kui oma võrgustiku avas klientidele kasutamiseks Smartpost (Itella SmartPOST 2018). Kuna seda saatis edu, siis hakkasid ka teised pakiveoteenuseid pakkuvad ettevõtted oma võrgustikke ehitama. 2018. aastaks on Eesti turul kolm pakiautomaadi teenust (koos pakkide transpordiga) pakkuvat ettevõtet: Itella SmartPOST, Omniva ja DPD. Neist viimane avas oma võrgustiku 2016. aasta novembris. (Ristikivi 2016)

Viimastel aastatel on konkurents antud valdkonnas suurenenud ning oma konkurentide edestamiseks on vaja pakkuva teenust, mis täidab klientide vajadusi maksimaalselt. Vaja on välja selgitada tegurid, mille alusel tarbijad eelistavad üht ettevõtet teisele. Samuti on tegemist tehnoloogial põhineva teenusega, mistõttu võib tehnoloogia areng pakkuva võimalusi teenuse veelgi paremaks muutmisel.

Kuna teenusepakkujaid on kolm, siis on oluline uurida, mida tarbijad teenuse juures enim hindavad ehk millistest teguritest on mõjutatud otsustusprotsess teenusepakkuja valimisel. Töö eesmärgiks on välja selgitada pakiautomaadi teenusepakkuja valikut mõjutavad tegurid teenuse tarbijale ja tarbijate teadlikkus ning eelistused teenusepakkujate osas. Eesmärgini jõudmiseks on autor püstitanud järgmised uurimisülesanded:

- selgitada tarbijakäitumise ja ostuotsustusprotsessi olemust;
- selgitada e-kaubanduse olukorda nii globaalselt kui ka Eestis;
- selgitada pakiautomaadi teenust kui ka olukorda Eesti turul;
- viia läbi uuring selgitamaks välja: teenusepakkuja valikut mõjutavad tegurid tarbijale, nende teadlikkus ning eelistused teenusepakkujate osas ja teenust pakkuvate ettevõtete soovitusindeksid;

- anda pakiautomaadi teenust pakkuvatele ettevõtetele soovitusi, mida teenuse arendamisel silmas pidada.

Antud bakalaureusetöö sisaldab kolme peatükki. Esimene peatükk koosneb omakorda kolmest alapeatükist. Neist esimeses antakse ülevaade tarbijakäitumise olemusest ja selgitatakse ostuotsustusprotsessi etappe. Teises alapeatükis tutvustatakse e-kaubanduse ajalugu ja arenguid ning kolmandas alapeatükis selgitatakse pakiautomaadi teenust lähemalt. Lisaks tuuakse välja selle transporditeenuse eelised.

Töö teine peatükk keskendub metoodikale, mida uuringu läbi viimisel ja analüüsil kasutakse. Peakükis selgitatakse töö eesmärki, uurimisküsimusi ja valimit. Samuti antakse ülevaade uuringu küsimustest ning selle läbiviimise protsessist.

Töö viimane peatükk koosneb kahest alapeatükist. Neist esimeses tutvustatakse pakiautomaadi teenusepakkujaid, kes tegutsevad Eesti turul. Järgmises alapeatükis antakse ülevaade uuringu tulemustest, analüüsist ja järeldustest. Samuti antakse soovitusi Eesti turul tegutsevatele ettevõtetele pakutava teenuse veelgi paremaks muutmiseks.

Bakalaureusetöö küsimustik koostatakse ning uuring viiakse läbi elektroonses keskkonnas *Google Forms* ning andmete kogumiseks kasutatakse mugavusvalimit. Valimisse kuuluvad üle 16 aastased Eesti elanikud. Töö vastused laetakse *Google Forms*'ist all *MS Excel*'i failina ning väljavõtteid tehakse nii soo, vanuse, leibkonna keskmise sissetuleku kui ka Itella SmartPOST-i, Omniva või DPD eelistajate kohta.

Töö autor soovib tänada oma juhendajat heade ideede ja soovitude jagamisel tööprotsessi käigus. Samuti soovib töö autor tänada kõiki 553 küsimustiku täitjat ja ka neid, kes küsimustiku levitamisel kaasa aitasid.

1. TARBIJAKÄITUMISE, E-KAUBANDUSE JA PAKIAUTOMAADI TEENUSE TEOREETILINE TAUST

1.1. Tarbijakäitumine ja ostuotsustusprotsess

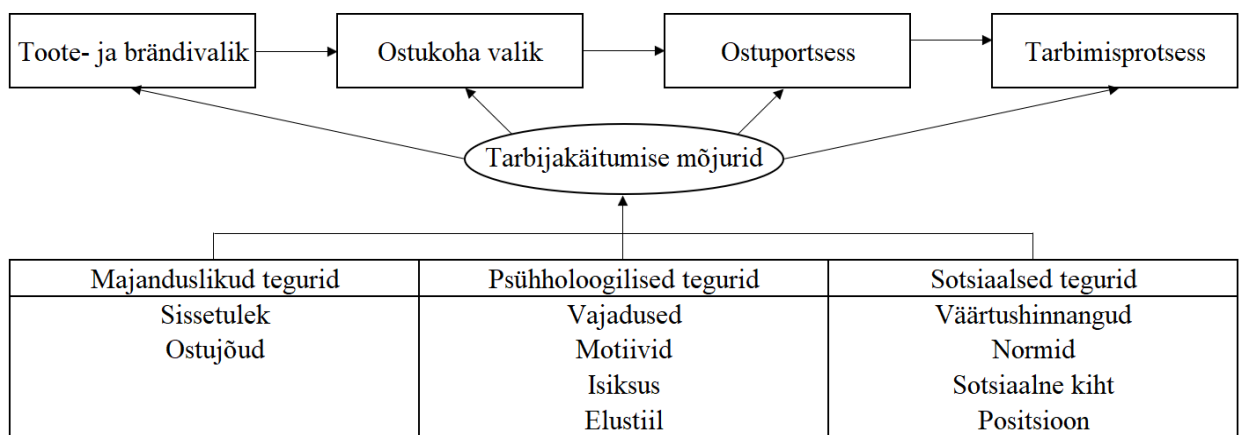
Pakiautomaadi teenuse üks oluline teoreetiline seisukoht on kasutajate tarbijakäitume ning sellest tulenevalt selgitab antud peatükk esmalt seda valdkonda ja ostuotsustusprotsessi laiemalt. Peatükis käsitletakse järgmisi mõisteid: tarbija, tarbijakäitumine ja ostuotsustusprotsess. Samuti vaadeldakse tarbijakäitumist mõjutavaid tegureid ja ostuotsustusprotsessi etappe.

Tarbija mõiste erineb kliendi omast selle tõttu, et klient on isik, kes regulaarselt ostab või kasutab teatud ettevõtte tooteid või teenuseid ning klienti defineeritakse kindla ettevõtte kontekstis aga tarbijat mitte (Loudon, Della Bitta 1993, 5). Tarbija on isik, kes tunnetab vajaduse või soovi teatud toote või teenuse järele, seejärel sooritab ostu ning viimaks osaleb ka selle kasutamisel. Sageli ei täida kõiki eelnimetatud etappe mitte üks isik vaid erinevad, näiteks ostetakse toode oma perele või lähikondlastele tarbimiseks. (Solomon 2013, 32) Lisaks ostu initsiaatorile ehk vajaduse tekitajale, tegeliku ostu sooritajale ja selle kasutajale on tähtsal kohal ka mõjutaja roll ehk isik, kes annab soovitusi ostu sooritamisel või kasutamisel (Loudon, Della Bitta 1993, 7).

Inimesed erinevad üksteisest vanuse, soo, perekonna, sotsiaalse klassi, sissetuleku, rassi, elustiili jm alusel. See kõik mõjutab ka nende ostuharjumusi ning tekivad erinevad tarbijakäitumised. (Solomon 2013, 35-36) Tarbijakäitumine on üks inimese käitumise alaliikidest ning seda uurivad erinevad teadused nagu: psühholoogia, sotsioloogia, sotsiaalpsühholoogia, majandusteadus, antropoloogia jt (Loudon, Della Bitta 1993, 8). Tarbijakäitumise uurimisest tulenevaid teadmisi kasutatakse turunduse kontekstis eelkõige: turu segmenteerimisel, toote positsioneerimisel, uue toote arendamisel, toote turustamisel, toote hinna kujundamisel, tarbija teenindamisel ja toote toetamisel. (Vihalem 2008, 75)

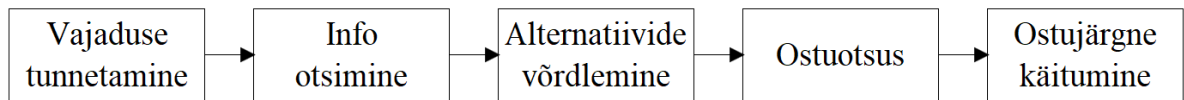
Tarbijkäitumine hõlmab endas kõiki tegevusi, mida inimene toodete või teenuste hankimisel ning kasutamisel teeb. „Tarbija ostukäitumine on kliendi mentaalne, emotsionaalne ja füüsiline tegevus, mida ta teeb tooteid ja teenuseid otsides, ostes, kasutades ja likvideerides, et rahuldada oma soove ja vajadusi,“ seega protsess algab tarbija jaoks teatud vajaduse tunnetamisega ja lõppeb, kui see vajadus saab rahuldatud. (Kuusik *et al.* 2010, 84)

Tarbijkäitumine koosneb järjestikustest etappidest, mida tarbija peab läbima (vt joonis 1). Esmalt toimuvad toote, brändi ja ostukoha valik, millele järgneb ostuprotsess ja tarbimisprotsess. Kõik need etapid on aga omakorda mõjutatud tarbijkäitumise majanduslike, psühholoogiliste ja sotsiaalsete mõjurite poolt. Tarbijkäitumise mõjureid saab jagada veel tarbijaga vahetult seotud teguriteks (nt isikuomadused, motivatsioon, tajumine, õppimine, elulaad) ja väliskeskkonnast tulenevateks teguriteks (nt majanduslikud ja demograafilised faktorid, sotsiaalne kihistus, võrdlusrühma või arvamusiidrite mõju). (Vihalem 2008, 91, 104)



Joonis 1. Tarbijkäitumise protsess ja selle mõjurid
Allikas: koostatud autori poolt Vihalem (2008, 75) alusel

Tarbija ostuotsustusprotsessi on võimalik kirjeldada viie üksteisele järgnevate etappide jadana (vt joonis 2). Kõigepealt toimub vajaduse määramine ehk probleemi tunnetamine. Vajadus tekib, kui inimene märkab vahet soovitu ja tegelikkuse vahel ning see võib olla tingitud, kas sisemiste või välimiste tegurite mõjul. Sisemisteks teguriteks on inimeste personaalsed vajadused (nt nälga, janu), välimisteks teguriteks on aga tarbijat ümbritsevast keskkonnast tulenevad mõjutused (nt reklaampakkumine, sõbra soovitus). (Kotler *et al.* 2013, 161)



Joonis 2. Ostuotsustusprotsessi etapid

Allikas: koostatud autori poolt Kotler *et al.* (2013, 161) alusel

Tihti ei saa tekkinud vajadust teatud asjaolude tõttu kohe rahuldada, vaid tarbija vajab ostetava toote või teenuse kohta rohkem informatsiooni. Info vastuvõtmine võib aset leida kolmel viisil: 1) alateadvuslikult; 2) teadlikult, aga ilma spetsiaalselt otsimata; 3) aktiivselt kogudes ja talletades. (Vihalem 2008, 85) Kui tarbija sooritab rutiinse ostu toote või teenuse puhul, mida ta väga hästi tunneb ei pruugi informatsiooni otsimist peaaegu üldse olla. Uue või tarbijale mitte nii tuttava toote või teenuse puhul toimub pikem ja põhjalikum info otsimine, et leida toode või teenus, mis tarbija vajadusi kõige paremini rahuldab. Samuti oleneb informatsiooni otsimine ostuga kaasneva riski olemasolust. (Palmer 2000, 171-172)

Sageli leitakse info kogumise käigus antud tootele või teenusele ka alternatiive või tehakse seda ka taotluslikult. Alternatiivide võrdlemine kätkeb endas nende otsimist ja neile hinnangute andmist. (Vihalem 2008, 87) Ettevõtetel on äärmiselt oluline teha kindlaks, milliste tegurite järgi toimub alternatiivide hindamine. Kui teatakse, milliste kriteeriumite alusel ühte brändi teisele eelistatakse, siis on võimalik kasutusele võtta meetmeid, mis mõjutaksid tarbijate otsustamisprotsessi nende toote või teenuse ostmise kasuks. Alternatiivide hindamise protsess on sageli tarbijate puhul erinev ning sõltub ka keskkonnast, kus ost sooritatakse. Teatud situatsioonides teevad tarbijad põhjaliku loogilisel mõtlemisel põhineva võrdluse eri brändide või toodete vahel, aga on ka juhte, kus usaldatakse oma vaistu või tehakse impulssost. Sageli oleneb otsuse tegemine kas sellest, kas see tehakse omaette või küsitakse nõu sõpradelt. (Kotler, Armstrong 2014, 177)

Alternatiivide hindamise protsess on pea iga tarbija puhul isesugune, aga sellele on üldistavalt toodud mudeleid nagu näiteks: lojaalsuspõhine ehk valitakse bränd, millele ollakse truu ja võrdlemist peaaegu ei toimu üldse; tasakaalustav ehk võrreldakse toote või teenuse omadusi, kuid ühe omaduse kõrge hinne kompenseerib teise, vähem olulise omaduse madalama hinde; minimalistlik ja maksimalistlik ehk kehtestatakse omaduste minimaalsed või maksimaalsed väärtused, millest alla- või ülespoole minna ei soovita; tulemuspõhine ehk hinnatakse ja kaalutakse toote või teenuse positiivseid kasusid ja negatiivseid riske; leksikograafiline ehk omadused

seatakse tähtsuse järjekorda ning võrreldavad brändid reastatakse tähtsaima omaduse põhjal; kui juhtub, et see omadus on mitmel brändil sarnane, siis võetakse pingereast järgmine omadus ja võrreldakse seda. (Vihalem 2008, 87)

Otsustamise etapis tehakse kaks olulist otsust: ostukoha valimine ja toote/teenuse või brändi valimine. Esimene otsus määrab selle, millise turustuskanali klient valib ja millise sortimendiga ta seal kokku puutub. (Kuusik *et al.* 2010, 116) Teise otsusega selgitatakse välja eelmises etapis tehtud hindamiste tulemused ning ostusoo muutub ostukavatsuseks mõne konkreetse brändi toote või teenuse osas (Kotler, Armstrong 2014, 177). Uuringutest on selgunud, et detailselt läbi mõeldud oste tehakse u 34%-il juhtudest, üldiselt planeeritud oste on 11% (nt poest söögi ostmine), asendusoste 3% (konkreetse toote puudumisel ostetakse teine samalaadne toode) ja planeerimata oste 53% (Kuusik *et al.* 2010, 116).

Ostujärgne käitumine hõlmab endas tarbimist ja toote või teenuse hindamist ning samuti kujunevad või tugevnevad hoiakud järgmise ostuprotsessi tarvis (Kuusik *et al.* 2010, 115, 117). Rahul ollakse siis, kui ostetud toode või teenus vastab ootustele või ületab need. Kliendi rahulolu on ülimalt oluline näitaja kasumlike kliendisuhete loomiseks ja see soodustab tarbijas lojaalsuse tekkimist. Rahulolevad kliendid ostavad antud brändi toodet või teenust uuesti, soovivad seda sõpradele ning pööravad väiksemat tähelepanu konkureerivate brändide poolt pakutavatele toodetele või teenustele. (Kotler, Keller 2006, 198-199)

Tarbijakäitumine on väga kompleksne ja keeruline valdkond, mis hõlmab endas mitmete teaduste kombineerimist. Tarbijakäitumise tundmine aitab ettevõttel paremini mõista oma kliente ja rahuldada nende vajadusi. Ostuotsustusprotsessis on ettevõtetel oluline välja selgitada kriteeriumid, mille alusel tarbijad teatud toodet või teenust valivad. Nende teadmine võimaldab neil pakutavat toodet või teenust täiustada, et see vastaks tarbijate ootustele maksimaalselt ja tekiks pikaajalised kliendisuhed.

1.2. E-kaubanduse ajalugu ja areng

Interneti üha suurenev kasutatavus on viinud kauplemise elektroonsesse ajastusse. See on muutnud kaubanduse juures mitmeid igapäevaseid aspekte. Alustades tarbijate kommunikatsiooniviisidest või sellest, kuidas tarbijad saavad informatsiooni erinevate pakkumiste kohta kuni toodete või

teenuste ostmiseni välja. Samuti on internet müügitulult kõige kiiremini kasvavaid jaemüügikanaleid. (Darley *et al.* 2010)

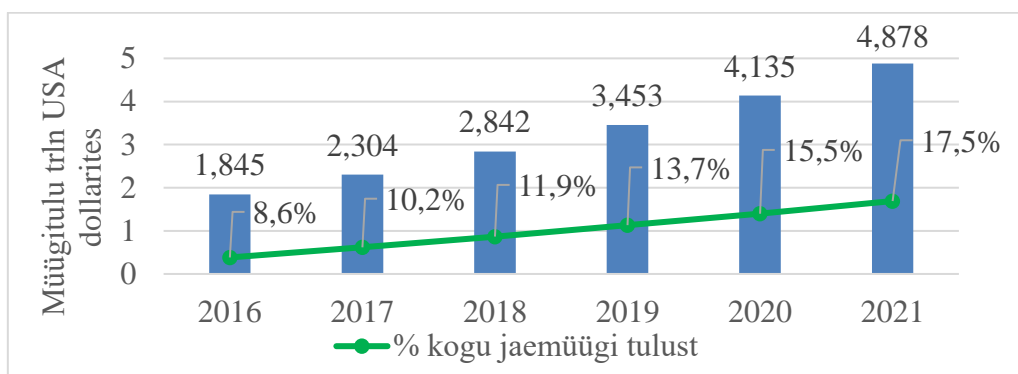
E-kaubandus tähendab kaupade ja teenuste interneti vahendusel müümist koos digitaalse maksmisviisiga ning ostmine toimub läbi veebilehe ostukorvi (WSI 2015, 43). E-kaubanduse eelduseks oli interneti väljatöötamine. Interneti kõige varasemat eellast kutsuti *APRANET*-iks, mille sünnikuupäevaks peetakse 1. septembrit 1969 aastal. Esialgu kasutati seda militaarsetel eesmärkidel info vahendamiseks. (Bidgoli 2002, 6) 1984. aastal tuli *CompuServe* turule ostukeskkonnaga *Electronic Mall*, kus oli kasutajatel võimalik kaupa osta rohkem kui sajalt edasimüüjalt. Seda keskkonda võib pidada üheks esimeseks näiteks e-kaubandusest. (Hussung 2016) Ka nüüdisajal kasutust leidvat andmevahetustarkvara EDI (*Electronic Data Interchange*), mille kaudu on võimalik edastada informatsiooni ja sõlmida tehinguid eri ettevõtete ja asutuste vahel, on peetud üheks tänapäevase e-kaubanduse eelkäijaks. (Turban *et al.* 2000, 13)

Nii e-kaubanduse algusajal kui ka tänapäeval võib selle peamiseks probleemiks pidada turvalisust. 1994. aastal jõustunud protokoll „*Secure Socket Layer*“ (SSL) tegi võimalikuks ostja ja müüa isikuandmete krüpteerimise veebi. Vahetult peale seda hakkasid oma teenust pakkuma krediitkaardi *online*-tehinguid vahendavad ettevõtted. 11. augustil 1994. aastal toimus esimene krediitkaardimaksel jõustunud e-poest sooritatud ost. Järgneval aastal alustasid tööd tänapäevalgi tegutsevad ostukeskkonnad nagu Amazon ja eBay. (Hussung 2016)

E-kaubanduse eelised ostja jaoks on eelkõige ostu sooritamise mugavus, lihtsus ning informatsiooni kogumise ja aja kasutamise efektiivsus. E-ostlemisel on tarbijatel suur valik alternatiivseid tooteid, mida on lihtne omavahel võrrelda (Awad 2007, 264). E-poodi omavate ettevõtete peamiseks eelisteks on geograafiliste piiride puudumine, optimeeritud info- ja kaubavoog ning madalamad transpordi-, tehingu- ja reklaamikulud. (Vakulenko *et al.* 2017)

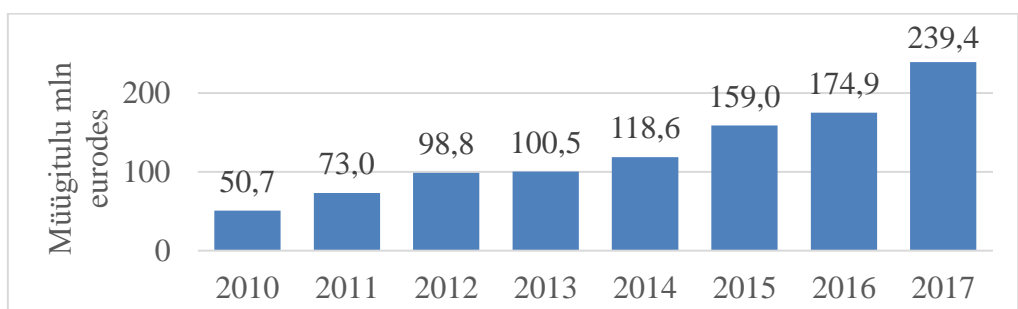
2017. aastal 68% eurooplastest internetikasutajatest oli sooritanud eelneva 12 kuu jooksul ostu mõnest e-poest (Eurostat 2017). Globaalne e-kaubanduse müügitulu ületas 2017. aastal 2,3 triljoni USA dollari piiri (vt joonis 3), tehes 24,8% kasvu võrreldes eelneva aastaga. Kogu jaemüügi sektori müük oli 2017. aastal 22,6 triljonit USA dollarit ning selle kasv oli eelneva aastaga võrrelduna 5,8%. 2017. aastal moodustas e-kaubandus umbes 10% kogu jaekaubandusest. Tulevikuks ennustatakse e-kaubanduse sektorile jätkuvat kasvu, eMarketer prognoosib sektorile

2021. aastaks pea 4,9 triljoni USA dollari suurust müügitulu, mis moodustaks kogu jaekaubanduse vastavast näitajast 17,5%. (eMarketer 2018)



Joonis 3. Ülemaailmne e-kaubanduse müügitulu ja prognoos aastatel 2016-2021
Allikas: koostatud autori poolt eMarketer (2018) andmete põhjal

Eestis on e-kaubanduse sektor samuti hoogsalt kasvamas (vt joonis 3). Kui 2010. aastal oli posti ja interneti teel müüdavate jaemüügi kaupade müügitulu 50,7 miljonit eurot, siis 2017. aastal on vastav näitaja juba 239,4 miljonit eurot ehk viimase 8 aastaga on müügitulu üle nelja korra kasvanud. 2017. aastal toimus antud sektoris eelneva aastaga võrreldes 37 protsendiline juurdekasv. (Eesti Statistikaamet, tabel KM020)



Joonis 3. Jaemüük posti või interneti teel aastatel 2010-2017
Allikas: koostatud autori poolt Eesti Statistikaamet, tabel KM020 andmete põhjal

Eesti E-kaubanduse Liidu poolt 2016. aastal läbi viidud uuringus, kus küsitleti 1123 vastajat selgus, et 70% vastajatest oli interneti teel ostu sooritanud viimase kuu jooksul, vaid 4% küsitletutest ei olnud kunagi e-poest midagi ostnud. Populaarseimaks kaubagrupiks olid erinevad piletid (kino, teater, kontsert jne), mida oli interneti vahendusel ostnud 49% vastanutest. Järgnesid kodumasinad ja elektroonika (43%), naisteriiidid (36%), kosmeetika ja parfümeeriatooted (35%) ning majutus, hotellid (35%). Kui mehed tellisid enam välismaistest e-poodidest, siis naised

eelistasid pigem kodumaiseid ning suurimateks eelisteks peeti e-ostlemise puhul soodsamaid hindu, aja kokkuvõidu ja ööpäevaringset lahtiolekuaega. (Eesti E-kaubanduse Liit 2016)

E-kaubandus on muutnud mitmeid aspekte seoses kaupade või teenuste müügiga ja on nii globaalselt kui ka Eestis hoogsalt kasvamas. Elektroniliste seadmete kättesaadavuse, kasutamisoskuse ja -mugavuse kasvamisel võib tulevikus e-kaubandus üha enam traditsioonilist jaekaubandust asendada hakata. Kuna e-ostlemise üheks osaks ka nende kliendile transport, siis võib tulevikus oodata ka kasvu transporditeenuse osutamise vallas.

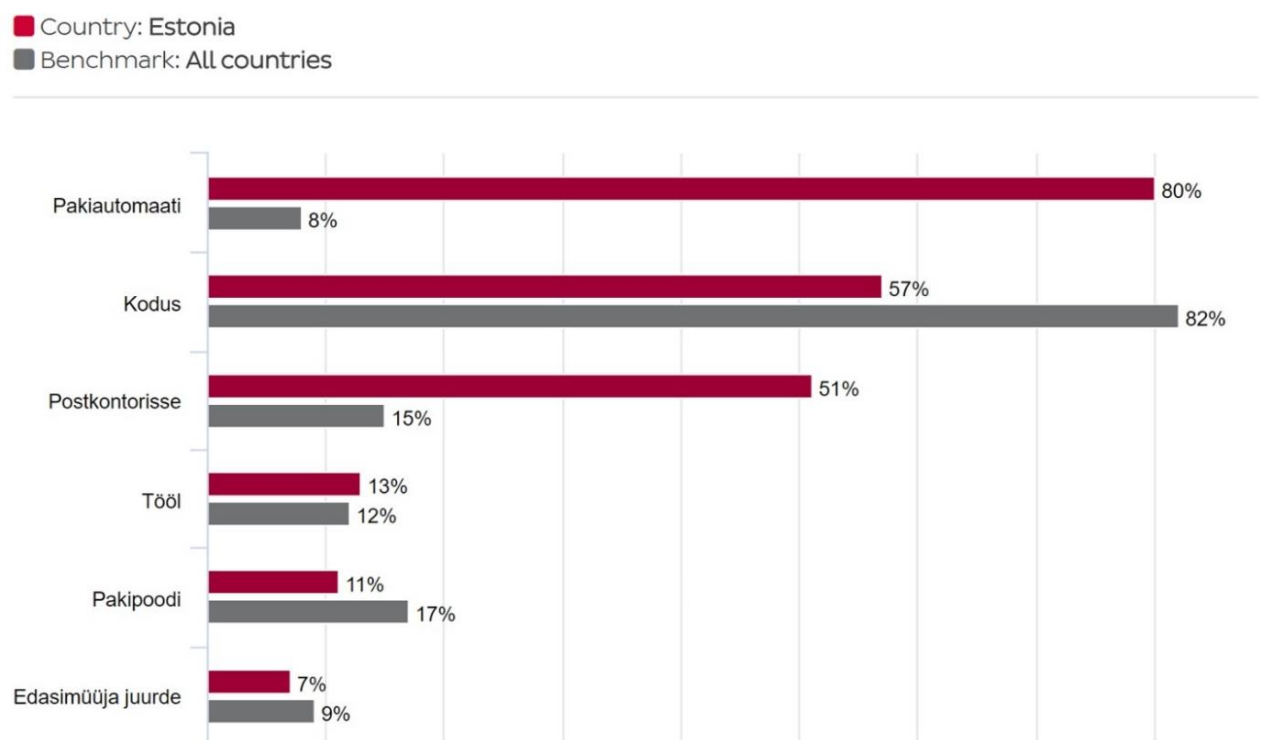
1.3. Pakiautomaadi teenus

Kaupade üha suurenev internetist ostmine ja transpordimahtude kasv on logistiliseks väljakutseks teenust pakkuvatele ettevõtetele. 2016. aastal kasvas saadetavate pakide maht võrreldes eelneva aastaga 7,2% (IPC 2017). Tihe konkurents, ebaõnnestunud kohaleoimetamised, tagastuslogistika ja keskkonnasäästlikus on faktorid, millega iga pakiveo teenusepakkuja peab arvestama ning mis mõjutavad teenuse hinda. Viimase miili vedusid ehk paki tarneahela viimast lõiku laadimispunkti kauba saajale koju või üleandmispunkti jõudmist peetakse kogu tarneahela kõige kulukamaks osaks. (Cárdenas *et al.* 2017; Nõmmik 2017) Nii transporti ja jaemüüki uurivad teadlased ning geograafid kui ka transpordiettevõtted otsivad lahendusi, kuidas efektiivselt ja keskkonnasäästlikult kasvavat pakimahtu teenindada. Selleks töötatakse välja uusi ja innovaatilisi lahendusi tarneahela täiustamiseks. Viimastel aastatel on populaarsust kogumas iseteeninduslike pakiautomaatide teenus, mis ühtlasi on kulusäästlik viimase miili vedude teenindamise viis. (Cárdenas *et al.* 2017; Lemke *et al.* 2016)

Pakiautomaat on elektrooniliste lukkudega kappide süsteem, kuhu klient saab oma pakile järele minna. Igal paki saatmisel genereerib süsteem koodi, mis kapi ukse avab ning klienti teavitatakse SMS sõnumiga või e-maili teel paki automaati jõudmisest. Kuna see teenus nõuab kliendilt iseseisvat viimase transporditeekonna tegemist, siis pakiautomaadid on paigutatud strateegilistesse asukohtadesse, mis jääksid inimeste igapäevastele liikumisteedele nagu näiteks: kaubandus- ja vabaajakeskustesse või nende parklatesse, raudteejaamadesse, bensiinjaamade esistele jne. Olulisel kohal pakiautomaadi asukoha valikul on ligipääsetavus, pikk lahtiolekuaeg ning ümbruskonna turvalisus. (Lemke *et al.* 2016; Apex Insight 2017)

Pakiautomaadi teenuse eelised võrreldes teiste paki kohaletoimetamise viisidega on paindlik lahtiolekuaeg nii pakkide saatmiseks kui ka vastu võtmiseks, kiirem tarne ja anonüümsus paki kättesaamisel. Samuti pakiautomaatide kasutamine on keskkonnasäästlikum kuna pakid konsolideeritakse sorteerimiskeskuses ja toimetatakse ühte regiooni korruga. Pakiautomaadi teenuse kitsaskohtadeks peetakse inimsuhtluse puudumist, vähepaindlike võimalusi tarne eest maksmisel, limiteeritud kappide arvu ning tundlikkust kuritegevusele ja vandaalitsemisele. (Vakulenko *et al.* 2017)

2017. aastal viidi Kantar TNT poolt läbi e-kaubanduse harjumusi käsitlev uuring „*European E-shopper barometer*“. Andmeid koguti 21-s Euroopa riigis ja Venemaal ning valim koosnes 23849-st inimesest, Eestis oli vastanuid 805. Uuringust selgub, et Euroopas ja Venemaal lastakse eelistatumalt e-poest tellitud kaup kulleriga otse koju tuua, 82% vastajatest eelistas seda varianti (vt joonis 3). Kui Euroopas ja Venemaal tervikuna oli pakiautomaati toimetamine kõige ebapopulaarsem eelistus, siis Eestis on seis täpselt vastupidine. Lausa 80% vastanutest eelistab kaupa kätte saada just pakiautomaadist. Sellele järgneb kauba koju (57%) ja postkontorisse (51%) toimetamine. Seega võib väita, et Eestis on pakiautomaadi teenus laiemalt levinud ja tarbijad on selle pakisaatmisviisi rohkem omaks võtnud kui mujal Euroopas. (Kantar TNS 2018)



Joonis 3. Kuhu lasete tavaliselt oma pakid toimetada?
Allikas: Kantar TNS (2018)

Kuna viimase miili veod on pakkide transportimisel kõige suuremaks kulukohaks, siis pakiautomaadi teenus on üks efektiivne viis just selle tarneahela osa teenindamiseks. Pakiautomaadi teenusel on häid aspekte nii teenuse pakkujale, tarbijale kui ka keskkonnale. Kui mujal Euroopas eelistatakse internetist ostetud kaupade kätte saamiseks enim kullervedusid, siis Eestis eelistatakse kõige rohkem just pakiautomaate.

2. UURINGU METOODIKA

Bakalaureusetöö raames läbi viidava uuringu eesmärgiks on välja selgitada pakiautomaadi teenusepakkuja valikut mõjutavad tegurid tarbijale ja nende teadlikkus ning eelistused teenusepakkujate osas. Töö eesmärgiks laiemalt on uurida nii tarbijakäitumist kui ka turu olukorda ja anda asjakohaseid soovitusi pakiautomaadi teenusepakkujatele. Töö peamised uurimisküsimused on järgnevad:

1. Milline on pakiautomaadi teenusepakkujate tuntus ja kasutatavus?
2. Kuidas jagunevad tarbijate eelistused teenusepakkujate vahel ja mis on ettevõtete soovitusindeksid?
3. Mis on teenuse tarbijale kõige tähtsamad teenusepakkuja valikut mõjutavad tegurid?

Kvantitatiivne küsitlus on parim viis piiratud ajaga suurelt hulgalts küsitlervatelt andmete saamiseks (Sirkel 2001, 55). Seetõttu kasutas töö autor just seda informatsiooni kogumise viisi. Küsimustik koostati ning uuring viidi läbi elektroonses keskkonnas *Google Forms*. Autor otsustas antud meetodi kasuks, kuna interneti teel on küsimustiku lihtne levitada ning vastamine on mugav ja see võtab vähe aega. Vastused laeti andemete analüüsimiseks *Google Forms* keskkonnast alla *MS Exceli* (.xlsx) failina, kus töö autor tegi analüüsil väljavõtteid nii soo, vanuse, leibkonna keskmise sissetuleku kui ka Itella SmartPOST-i, Omniva või DPD eelistajate kohta.

Valimisse kuuluvad Eestis elavad üle 16 aastased inimesed ning tegemist on mugavusvalimiga. Küsimustik oli aktiivne perioodil 19. märts - 11. aprill 2018. ning seda levitati sotsiaalmeediakeskkonna Facebook kaudu uuringu autori lehel, mida inimesed omakorda edasi jagasid, keskkonnapõhistes müügi- ja ostugruppides ning TTÜ Logistika - *TUT Logistics* Facebooki lehel. Esiialgu oli eesmärk seatud 200 vastuse kogumiseks, kuid kokku saadi vastused 553 inimeselt. Kuna 19 neist ei kuulunud valimisse, siis töö analüüsil kasutati 534 küsitluse täitja vastuseid.

Küsimustik koosnes kokku 23-st küsimusest (vt lisa 1). Kui juhtus, et vastaja ei olnud pakiautomaadi teenust kasutanud, siis minimaalne võimalik küsimuste arv oli 14. Küsimustikus

oli kolm vabavastusega küsimust, mis ei olnud kohustuslikud: 1) palun nimeta kõik Eestis tegutsevad pakiautomaadi teenusepakkujad, keda tead; 2) kirjeldage lühidalt, miks eelistate viimati nimetatud teenusepakkujat enim; 3) kui Sul on olnud pakiautomaadi teenuse kasutamisega mõni huvitav kogemus, mida tahaksid jagada, siis palun kirjuta sellest siia. Töö autor otsustas, et küsimusi mittekohustuslikuks jättes suurenes tõenäosus, et vastajad ei jäta küsimustiku täitmist pooleli.

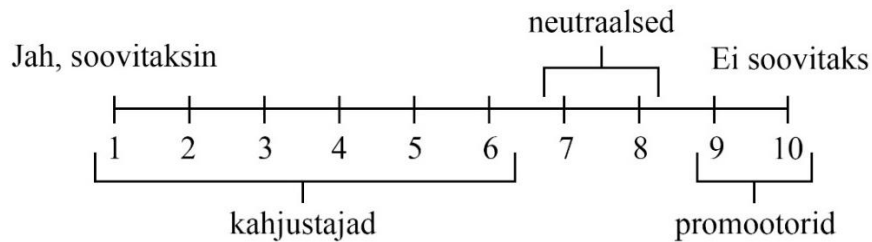
Küsitlusankeedi esimese küsimusega “Palun nimeta kõik Eestis tegutsevad pakiautomaadi teenusepakkujad, keda tead” soovis töö autor välja selgitada pakiautomaadi teenusepakkujate tuntuse. Tavapäraselt eristatakse kolme tüüpi tuntust: 1) domineeriva tuntuse puhul küsitakse teatud toote- või teenusekategorias esimesena meenuvat brändi; 2) spontaanse tuntuse korral esitatakse küsimus, milliseid brände osatakse toote- või teenusekategorias nimetada; 3) aidatud tuntus puhul küsitakse, kas nad on teatud brändinime varasemalt kuulnud (Kuusik *et al.* 2010, 195). Küsimustiku koostamisel otsustas töö autor uurida spontaanset tuntust.

Teise küsimusega selgitati välja pakiautomaadi teenuse kasutamise tihedus. Kui vastaja ei olnud seda teenust kasutanud, siis liikus ta automaatselt edasi 12nda küsimuse juurde. Kolmanda küsimusega selgitati välja, millist teenusepakkujat vastaja eelistab enim ning sellele järgnevas küsimuses sai uuringu täitja oma eelistust lühidalt põhjendada.

Järgnevad kaks küsimust on e-ostlemise kohta. Viienda küsimusega uuriti, kas vastaja on e-poest kauba tellimisel kasutanud pakiautomaadi teenust ja kuuenda küsimusega selgitati välja, kas on juhtunud, et kauba tellimisel puudub valikust eelistatum pakiautomaadi teenusepakkuja. Sel viisil on võimalik välja selgitada, millised teenusepakkujad on tarbijate hinnangul e-poodides kõige paremini või halvemini esindatud.

Järgneva kuue küsimusega (7-12) uuriti, kas küsimustiku täitja on kasutanud konkreetse brändi (Itella SmartPOST, Omniva ja DPD) pakiautomaadi teenust ja paluti hinnata igat teenusepakkujat 1-10 palli skaalal, kas küsimustiku täitja soovitaks seda ettevõtet ka oma sõbrale. Sellest küsimusest peegeldub eelkõige tarbija lojaalsus teenusepakkujale. Fred Reichheld esitleb oma raamatus “*The Ultimate Question*” meetodit, kuidas saadud tulemusi kategoriseerida. Hindeks 10 ja 9 andnud on promootrid (vt joonis 4) ehk nad on toote või teenusega rahul ja soovivad seda ka oma sõpradele, mille tulemusel tuleb ettevõttele uusi kliente. Hindeks 8 ja 7 andnud on passiivse suhtumisega antud tootesse või teenusesse ehk nad on kliendid nii kaua kuni keegi teeb parema

pakkumise. Hinde 6-1 andnud kliendid on ettevõtte mainet kahjustavad n-ö vastutõtajad. Nende kriitika ja suhtumine ei mõju uutele potentsiaalsetele klientidele julgustavalt. Kokkuvõtvalt saab nende alusel arvutada ka soovitusindeksi (NPS ehk *Net Promoter Score*), kus promootorite protsentuaalsest osakalust lahutatakse vastutõtajate vastav näitaja. (Reichheld 2006, 30)



$$\text{Soovitusindeks (NPS)} = \text{promootorid (\%)} - \text{kahjustajad (\%)}$$

Joonis 4. Kas soovitaksid brändi X ka sõbrale?

Allikas: koostatud autori poolt Reichheld (2006, 31) andmetel

Küsimused 13-17 olid küsimustiku ühed olulisemad, kuna nendega selgitati välja tegurid, mida tarbijad enim hindavad pakiautomaadi teenuse puhul. Küsimuse ülesehitusel kasutas töö autor paremusjärjestuse tehnikat, mis on üks populaarsemaid eri kriteeriume võrdlevaid järjestamise meetodeid (Malhotra 2004, 244). Küsimustiku täitjale oli ette antud 12 järjestatavat tegurit, mille seast reastada viis kõige olulisemat:

- ööpäevaringne ligipääsetavus;
- keskkonnasäästlik transport;
- tarne kiirus; varasem kogemus;
- teenusepakkuja bränd;
- teenuse kvaliteet;
- pakiautomaadi täitmis- ja tühjendamisaeg;
- pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast;
- teenusepakkuja bränd;
- hind;
- pakiautomaat asub siseruumides (nt kaubanduskeskuses);
- teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurus.

Järgmise kahe küsimusega (18. ja 19.) uuriti, kui kaugel asub vastaja elukohale lähim pakiautomaat ning paluti ära märkida selle bränd. Selle küsimuse analüüsil on võimalik järeldusi

teha teenusepakkujate pakiautomaatide paiknemise kohta ehk millise ettevõtte automaadid asuvad tarbijatele kõige lähemal.

Küsimused 20-22 olid vastaja sotsiaal-demograafilise profiili määramiseks. Neis küsiti vastaja sugu, vanust ja leibkonna keskmist sissetulekut. Viimase küsimusega jäeti küsimustiku täitjale vabadus jagada mõnd huvitavat kogemust seoses pakiautomaadi teenuse kasutamisega. Küsimus oli püstitatud nii, et vastaja saaks kirjutada nii positiivsetest kui ka negatiivsetest kogemustest.

3. PAKIAUTOMAADI TEENUS TARBIJA VAATEPUNKTIST

3.1. Pakiautomaati teenusepakkujad Eestis

2006. aastal loodud Smartpost oli väidetavalt maailmas esimene inimeselt inimesele pakiautomaadi teenust pakkuvaks ettevõtteks (Lamp 2009). Smartposti pakiautomaatide väljatöötamine algas 2007. aastal ning kaks aastat hiljem avati iseteeninduslike pakiautomaatide võrk. 2010. aastal müüdi Smartpost Soome postiettevõttele Itella ja firma kaubamärk muutus Itella SmartPOST-iks ning laienedi ka Soome turule. Hetkel on Itella SmartPOST-il 103 pakiautomaati, mis asuvad poodides ja kaubanduskeskustes üle Eesti. Seega on pakiautomaadi lahtiolekuaeg reguleeritud poe või kaubanduskeskuse omaga. Itella SmartPOST-i pakiautomaadiga on võimalik saata viies eri mõõdus pakki: XS, S, M, L ja XL. (Itella SmartPOST 2018)

Omniva sisenes Eesti pakiautomaatide turule teise teenusepakkujana 2011. aasta suvel. Omniva omab pakiautomaadi võrgustikku, mis ühendab kogu Baltikumi. Eestis on neil hetkel avatud 134 pakiautomaati, mis asuvad välitingimustes ja on avatud ööpäevaringselt. Omnival on Itella SmartPOST-i ja DPD-ga võrreldes vähem variatsioone saadetava paki suuruse osas (vt tabel 1), neid on võimalik saata kolmes eri mõõdus: S, M ja L. (Omniva 2018)

DPD hakkas pakiautomaadi teenust pakkuma alates 2016. aasta novembrist (Ristikivi 2016). Sarnaselt Omnivaga on neil võrgustik, mis ühendab kogu Baltikumi. Lisaks pakiautomaatidele on DPD-l ka pakipoed, kuhu kliendid oma kaupa saavad tellida. Eestis on DPD-l ligi 120 *Pickup* punkti (automaadid ja pakipoed), millest 32 on pakiautomaadid (neist 8 kuuluvad CollectNet'i võrku, kus DPD teenust osutab). 2018. aastal plaanitakse pakiautomaadi võrgustikku laiendada Eestis 50-ne, Lätis 20-ne ja Leedus 50-ne automaadi võrra (Liiva 2017). Pakiautomaadid asuvad välitingimustes ehk on ööpäevaringselt ligipääsetavad. Pakipoed asuvad aga kaupluste siseruumides ja lahtioleku aeg oleneb poe vastavast ajast. Hetkel on DPD soodsaim teenusepakkuja (vt tabel 1) ning nendega saab saata neljas mõõdus pakki: XS, S, M ja L. (DPD 2018)

Tabel 1. Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD paki suuruste ja hindade võrdlus

	Itella SmartPOST	Omniva	DPD
XS	2,59 € kuni 5x36x45 cm; 5 kg	-	2,15 € kuni 8,5x19x60 cm; 20 kg
S	2,99 € kuni 12x36x60 cm; 35 kg	2,95 € kuni 9x38x64 cm; 30 kg	2,50 € kuni 8,5x40x60; 20 kg
M	3,99 € kuni 20x36x60cm; 35 kg	3,98 € kuni 19x38x64 cm; 30 kg	3,15 € kuni 18x40x60 cm; 20 kg
L	4,89 € kuni 38x36x60 cm; 35 kg	4,85 € kuni 39x38x64 cm; 30 kg	4,10 € kuni 37x40x60 cm; 20 kg
XL	6,49 € kuni 60x36x60cm; 35 kg	-	-

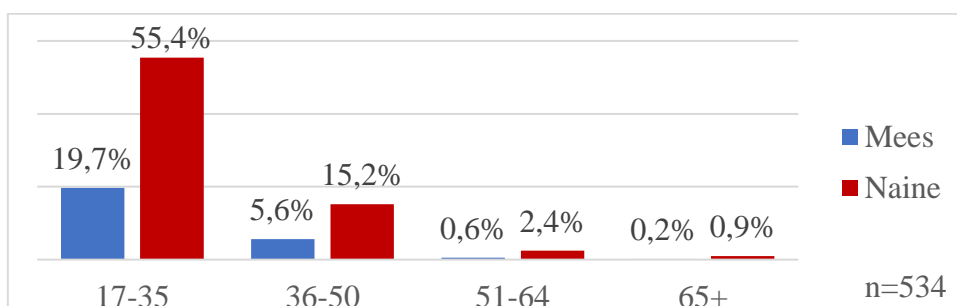
Allikas: koostatud autori poolt Itella SmartPOST (2018), Omniva (2018) ja DPD (2018) andmete põhjal

Lisaks Itella SmartPOST-ile, Omnivale ja DPD-le on alates 2016. aastast tegutsemas ka automatiseeritud pakipunktide vabavõrk CollectNet. Nende ärimudel on üles ehitatud nii, et CollectNet ise transporditeenust ei paku, vaid nad pakuvad avatud pakiautomaatide võrku. Igal ettevõttel on võimalik nende pakipunkte kasutada kauba üleandmiseks, hoiustamiseks või pakirobotite vahelise pakkide saatmise teenuse pakkumiseks. Hetkel on CollectNet'i võrgus 8 pakirobotit, mis on ööpäevaringselt ligipääsetavad. Vedusid pakirobotite vahel teostab DPD vastavalt nende hinnakirjale. (CollectNet 2018)

Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD teenuste suurimaks erinevuseks on automaadi paiknemise osas. Omniva ja DPD on eelistanud paigutada oma automaadid välitingimustesse, kuhu klient saab oma pakile ööpäevaringselt järele minna. Sel puhul ei ole tarvidust poodi sisse minna, mis on sageli autoga liiklejatele sobivam. Itella SmartPOST on oma automaadid üles seadnud sisetingimustesse, kas siis kaubanduskeskustesse või poodidesse. Selle eelisteks on kaitse ilmastikutingimuste vastu ning siseruumis on teenuse kasutamine mugavam. Samuti on eri ettevõtete vahel mõningaid erinevusi nii kapi suuruste ja hindade osas.

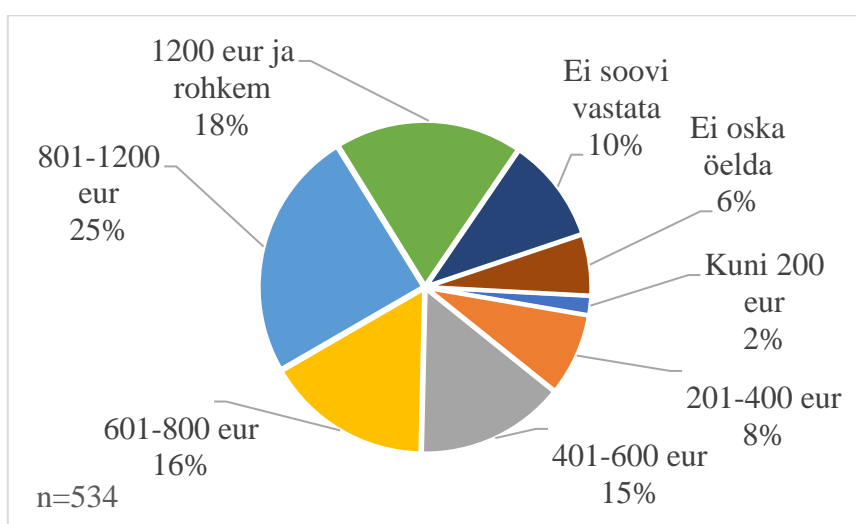
3.2. Uuringu tulemused, analüüs ja järeldused

Küsimustiku täitjate soo ja vanuse läbilõige on näha joonisel 5. Kolm neljandikku vastajatest olid naised ning kõige rohkem oli 17-35 aastaseid ankeedi täitjaid. 50,6% küsitletutest märkis oma elukohaks Tallinn, 6,9% Tartu ja 5,2% Pärnu ja 2,8% Viljandi. Maapiirkonnas elas 22,8% küsitletutest. Tulemused soo, vanuse ja elukoha osas olid küllaltki ootuspärased, kuna küsimustiku jagati autori Facebooki lehel ning jõudis peamiselt vanuses 17-35 inimeste uudistevoogu.



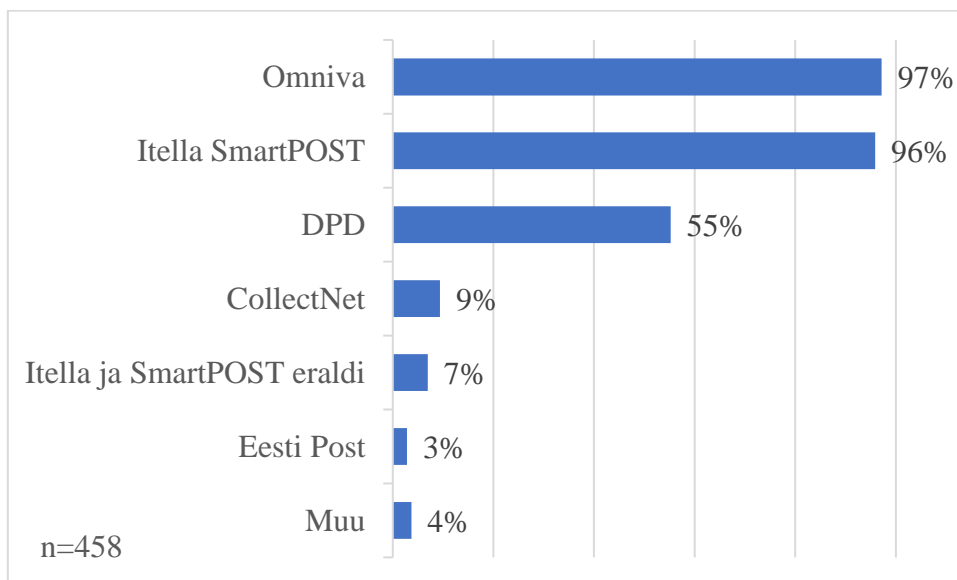
Joonis 5. Soo ja vanuse läbilõige vastajate seas
Allikas: autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel

Kümnendik vastanutest ei soovinud ning 6% küsitletutest ei osanud oma leibkonna keskmist sissetulekut öelda (vt joonis 6). Kõige enam oli 801-1200 eurose keskmise sissetulekuga inimesi ning kõige vähem oli kuni 200 eurose leibkonna keskmise sissetulekuga vastajaid. 1200 eurose ja suurema sissetulekuga oli 18% ankeedi täitjatest.



Joonis 6. Leibkonna keskmine sissetulek liikme kohta
Allikas: autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel

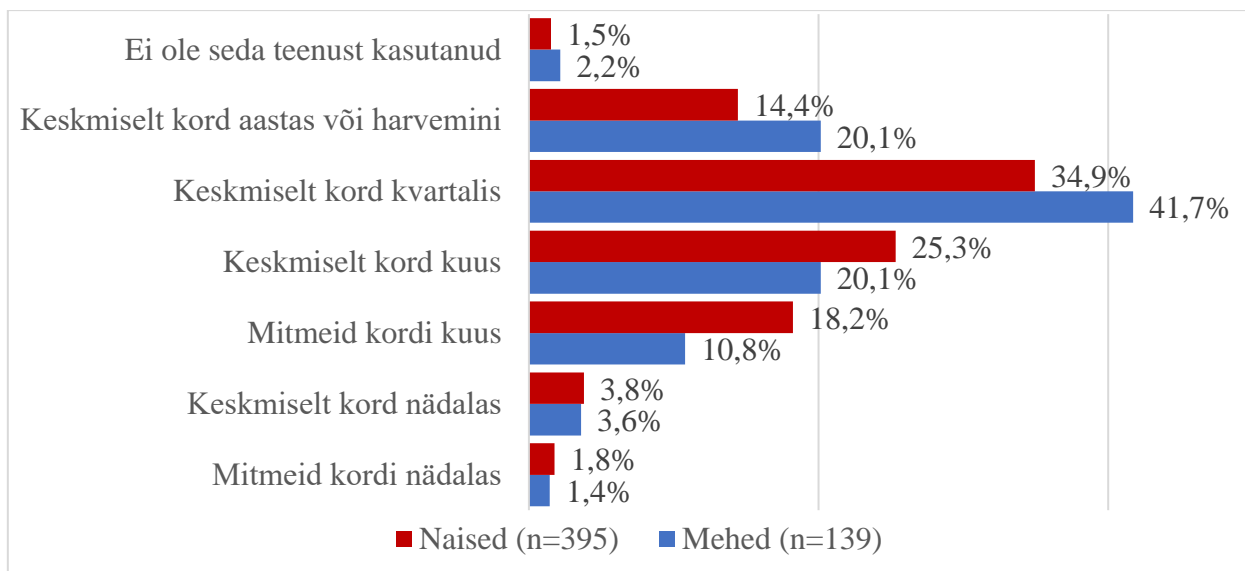
Omniva ja SmartPOST-i tundus oli praktiliselt võrdne, Omnivat teadis pakiautomaadi teenusepakkujana 97% ning Itella SmartPOST-i 96% vastanutest (vt joonis 7). Tuntuselt kolmas oli DPD, kes seda teenust kõige hilisemalt on pakkuma hakanud. DPD pakiautomaadi teenusest teadsid 55% vastanutest. 9% küsitletutest teadsid ka CollectNet'i pakiautomaadi teenusest. Arvati ka, et Itella ja SmartPOST on erinevad teenusepakkujad ning pakuti veel hetkel tegutsevate ettevõtete endisi äri või brändi nimetusi (nt Eesti Post, Post24). Samuti nimetati teisi pakiveoteenuse pakkujaid või arendajaid (DHL, UPS, Starship, Cargobus, FedEx), kes hetkel pakiautomaadi teenust ei paku. Kuna nii Itella SmartPOST ja Omniva on tegutsemise käigus oma brändi nimetusi muutnud, siis on näha, see on tekitanud tarbijates mõningat segadust teenusepakkujate nimede osas. DHL ja UPS ei ole oma võrku Eestisse rajanud, küll aga pakuvad nad sarnast teenust mujal maailmas (IPC 2018).



Joonis 7. Pakiautomaadi teenusepakkujate spontaanne tundus

Allikas: autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel

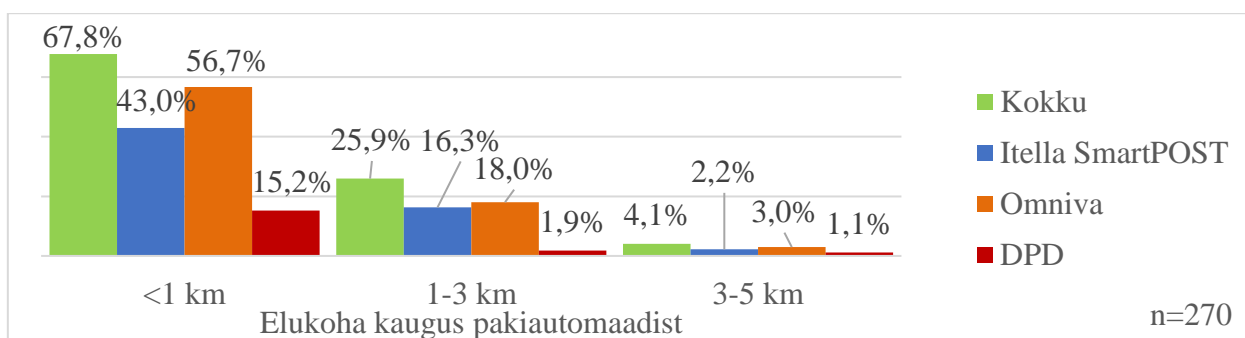
Jooniselt 8 selgub, et enim vastanuid kasutas pakiautomaadi teenust keskmiselt kord kvartalis. Samuti võib jooniselt järeldada, et mehed kasutavad naistest antud teenust mõnevõrra harvemini. 64% meestest kasutab pakiautomaadi teenust keskmiselt kord kolme kuu jooksul või harvemini, naiste puhul on see näitaja aga 50,9%. Suurim protsentuaalne erinevus on mitmeid kordi kuus teenust kasutatavate naiste ja meeste vahel, kus 7,4% naisi kasutab eelnimetatud tihedusega pakiautomaadi teenust enam.



Joonis 8. Pakiautomaadi teenuse kasutatavus

Allikas: autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel

67,8% tallinlasest küsimustikule vastajal asus pakiautomaat nende elukohast kuni 1 km kaugusel (vt joonis 9). Tarbijate hinnangul paiknevad Tallinnas Omniva pakiautomaadid kõige paremini, tervelt 78,8% tallinlasest küsimustikule vastanule paiknesid Omniva pakiautomaadid kõige lähemal. 61,9% asub Itella SmartPOST-i pakiautomaati kõige ligemal ja 18,1% DPD oma. Ka pakiautomaatide arvud kinnitavad saadud tulemusi, Omnival on Tallinnas 44, Itella SmartPOST-il 31 ja DPD-l 16 pakiautomaati (Itella SmartPOST 2018, DPD 2018, Omniva 2018).

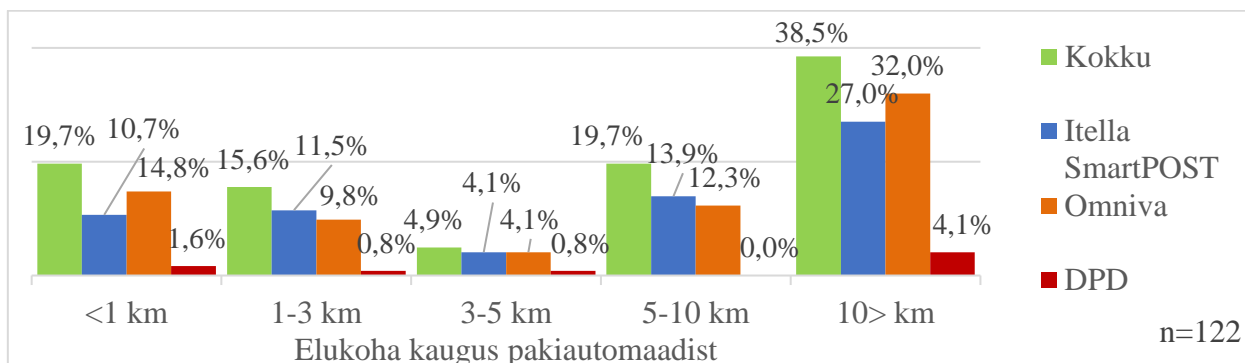


Joonis 9. Pakiautomaadi kaugus tarbija elukohast Tallinnas

Allikas: autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel

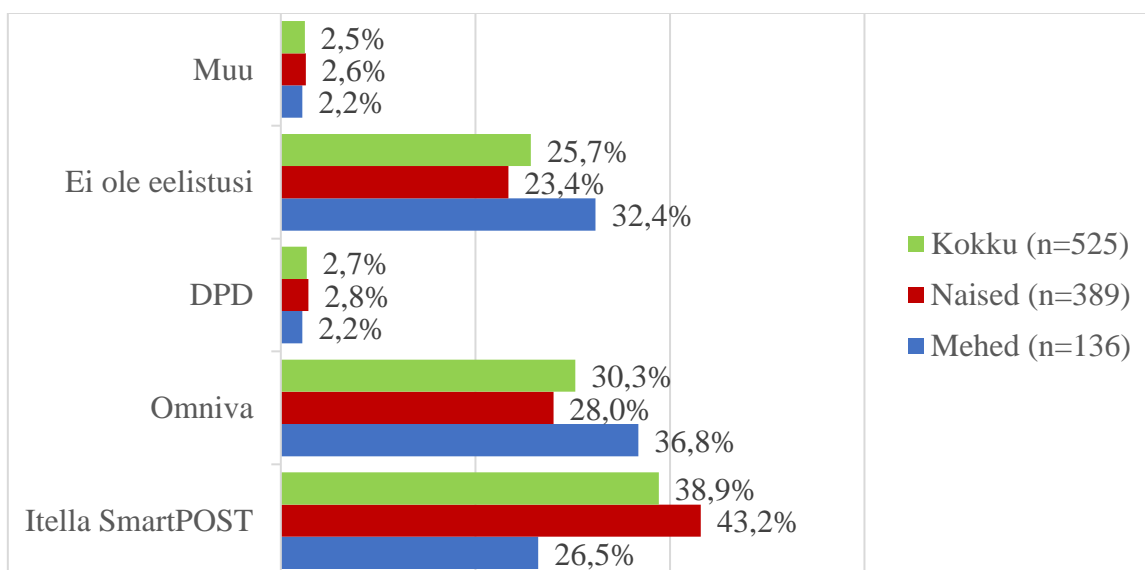
Maapiirkonnas (va kõik Eesti linnad) asusid pakiautomaadid 38,5% juhtudest üle 10 km kaugusel vastajate elukohast (vt joonis 10), samas 19,7% vastanutest asus automaat kuni 1 km kaugusel. Enim maapiirkonnas elavatest ankeedi täitjatest (73,0%) märkis kõige lähemal asuvaks pakiautomaadiks Omniva, järgnesid 67,2%-ga Itella SmartPOST ja 7,4%-ga DPD. Kui Tallinnas

oli kõige lähemal paikneva automaadi suhe Omniva ja Itella SmartPOSTI-i vahel oli 16,9%, siis maapiirkonnas on vaheks 5,8%.



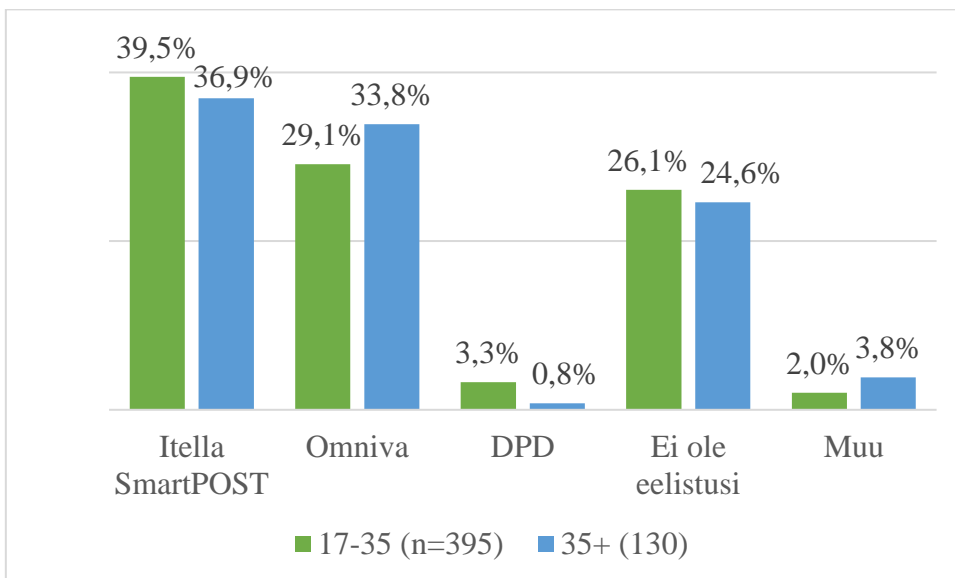
Joonis 10. Pakiautomaadi kaugus tarbija elukohast maapiirkonnas
Allikas: autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel

Kõige eelistatum pakiautomaadi teenusepakkuja oli Itella SmartPOST, mida eelistas 38,9% küsimustikule vastanutest (vt joonis 11). 30,3% küsitletutest eelistasid Omnivat ning 25,7% puudusis konkreetne eelistus. Vaid 2,7% vastanutest eelistas DPD pakiautomaadi teenust. Andmete analüüsil selgus ka sugude vaheline erinevus. Meeste puhul eelistatum teenusepakkuja on Omniva ja naiste puhul on selleks Itella SmartPOST. Samuti meestel ei ole eelistus nii selgelt välja kujunenud kui naistel, 32,4% meestest vastasid, et neil ei ole teenusepakkuja valikul mingeid eelistusi.



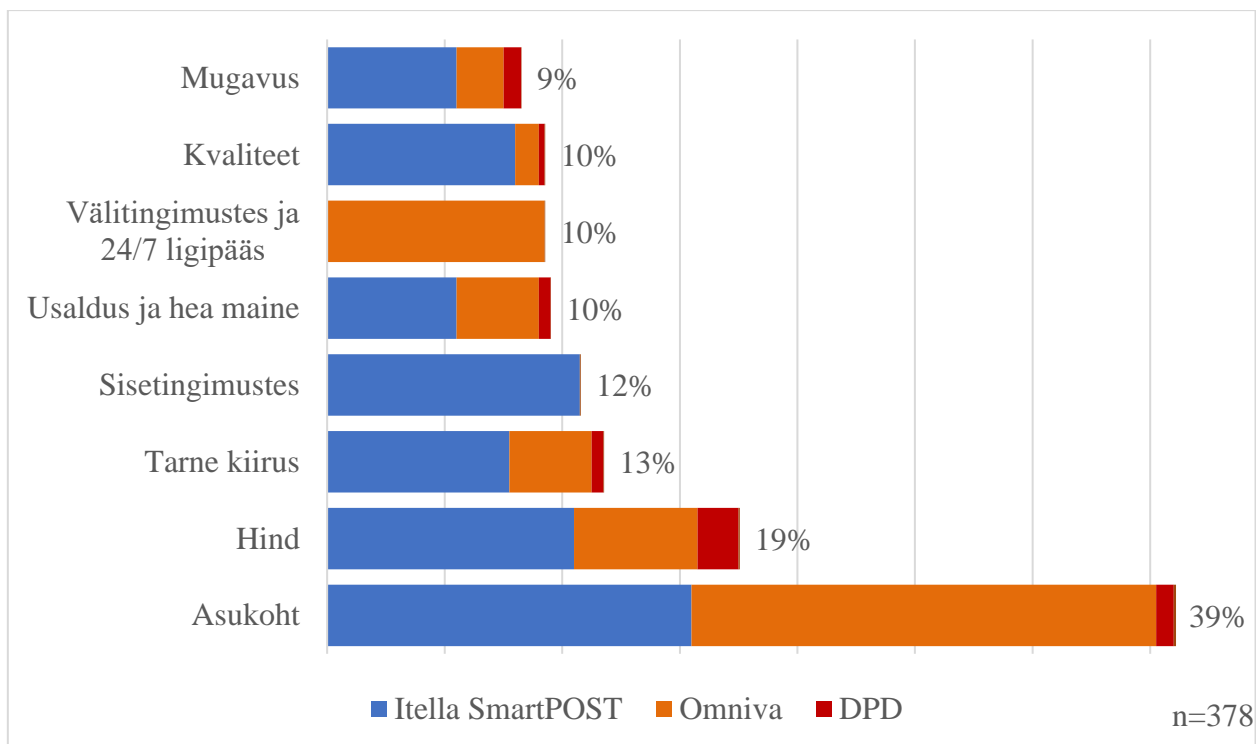
Joonis 11. Tarbijate eelistatum teenusepakkuja sugude lõikes
Allikas: autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel

Ka eri teenusepakkuja eelistajate vanuses on märgata väikeseid erinevusi. Kui Itella SmartPOST-i eelistajate seas oli rohkem 17-35 aastaseid vastajaid (vt joonis 12), siis Omnivat eelistas enam üle 35-aastaseid teenuse tarbijaid. DPD-l oli aga rohkem nooremapoolseid eelistajaid. Üks üle 35 aastane Omniva eelistaja põhjendas oma eelistust järgnevalt (vt lisa 2): „...kujutus, et AS Eesti Post on riigiettevõtte, seega osaliselt ju ka minu oma.“. Seega vanemad tarbijad võivad märksa enam lojaalsed olla just kodumaistele brändidele, mistõttu eelistavad nad enam just AS Eesti Postile kuuluvat kaubamärki Omniva.



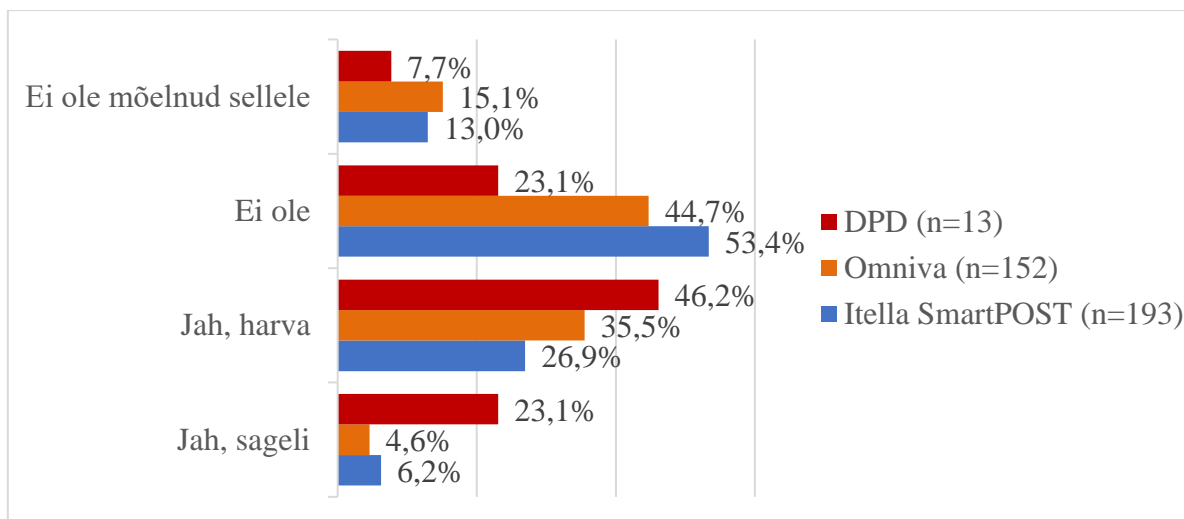
Joonis 12. Tarbijate eelistatum teenusepakkuja vanuse lõikes
Allikas: autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel

39% Itella SmartPOST-i, Omnivat või DPD-d eelistanute nimetas eelistamise põhjuseks sobivat asukohta (vt joonis 13). Kõige olulisemaks pidasid seda tegurit Omniva pakiautomaadi teenust eelistanud vastajad. Eelistamise üheks argumendiks oli ka pakiautomaadi paiknemine sise- või väliskeskkonnas. Mõlemat varianti eelistas peaaegu võrdne arv Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD teenuse eelistajatest, vastavalt 10% ja 11%. Itella SmartPOST-i eelistamise põhjusena tõid mitmed vastajad välja teenuse mugavust ning kvaliteeti. 6 vastajat kiitsid ka Itella SmartPOST-i kapisuursi nii XS kui ka XL kappide osas. Mõned ankeedi täitjad eelistasid Itella SmartPOST-i Omnivale halva tarbimiskogemuse pärast. Omniva teenuse levinumateks probleemideks olid pakiautomaadi ekraani mittetoimimine ja teenuse kehvem kvaliteet. DPD eelistamise peamiseks põhjuseks märkisid kliendid ära soodsama hinna.



Joonis 13. Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD eelistamise põhjused
Allikas: autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel

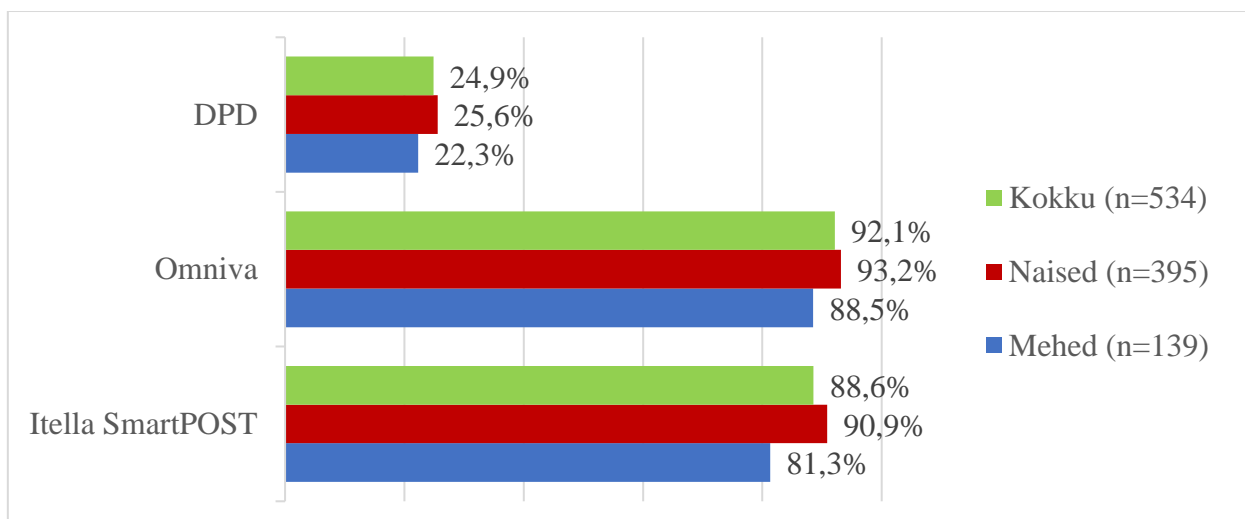
92,1% vastanutest oli e-poest kauba tellimisel kasutanud pakiautomaati teenust kauba kättesaamiseks. Klientide hinnangul on kõige vähem pakiautomaadi teenusega e-poodide ostukorvides transpordivalikuna esindatud DPD (vt joonis 14). 23,1% DPD-d eelistatumaks teenusepakkujaks märkijatest leidsid, et selline situatsioon, kus ostukorvi transpordivalikust puudub DPD pakiautomaadi teenus esineb sageli ning 46,2% tõdesid, et on kogenud seda harva. Tulemustest järeldub, et kõige paremini on e-poodides esindatud Itella SmartPOST, 54% nende teenuse eelistajatest ei ole kunagi juhtunud, et teenusepakkuja puuduks ostukorvis pakutavast transpordivalikust ning 13,0% Itella SmartPOST-i eelistajatest ei olnud sellele kunagi mõelnud. Ka Omniva pakiautomaadi teenuse esindatus e-poodides on heal tasemel. Kõige vähem nende teenuse eelistajatest olid teenuse e-poe transpordivalikust puudumist kogenud sageli ning kõige rohkem oli neid ankeedi täitjaid, kes ei olnud sellele varasemalt mõelnudki ehk nende arvates Omniva esindatus on e-poe ostukorvis on tavapärane nähtus, mida ei pane tähelegi. DPD madalate näitajate taga võib olla tegemata müügitöö või ka see, et e-poodnike vajadused on kahe teenusepakkujaga juba kaetud.



Joonis 14. Vastused küsimusele: „Kas on juhtunud, et e-poest kauba tellimisel puudub valikust eelistatum pakiautomaadi teenusepakkuja?“

Allikas: autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel

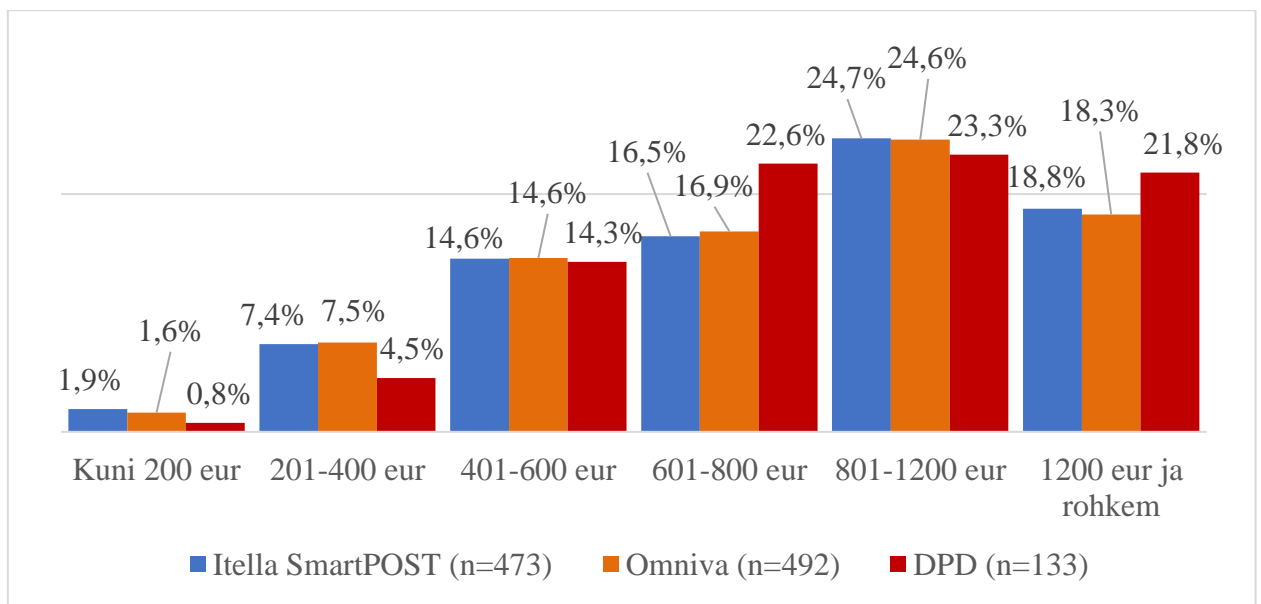
Kõige rohkem ehk 92,1% (samuti ka naiste kui ka meeste seas) oli vastajaid, kes vähemalt korra elus olid kasutanud Omniva pakiautomaadi teenust (vt joonis 15). Kasutatavuse poolest teisel kohal oli Itella SmartPOST, mida olid kasutanud 88,6% küsitletutest. Kolmandal kohal, teistest tunduvalt väiksema kasutatavusega oli DPD, 24,9% küsimustiku täitjatest oli DPD pakiautomaati vähemalt korra kasutanud. Sellele vaatamata, et Itella SmartPOST on tegutsenud teistest kauem ning nagu eelnevalt selgus, siis eelistatakse nende teenust ka enim, on siiski enim kasutatud teenusepakkuja Omniva. Nagu ka peamiseks eelistamise põhjuseks võib siingi vastus peituda Omniva suuremas pakiautomaatide võrgustikus.



Joonis 15. Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD kasutajate sooline jaotus

Allikas: autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel

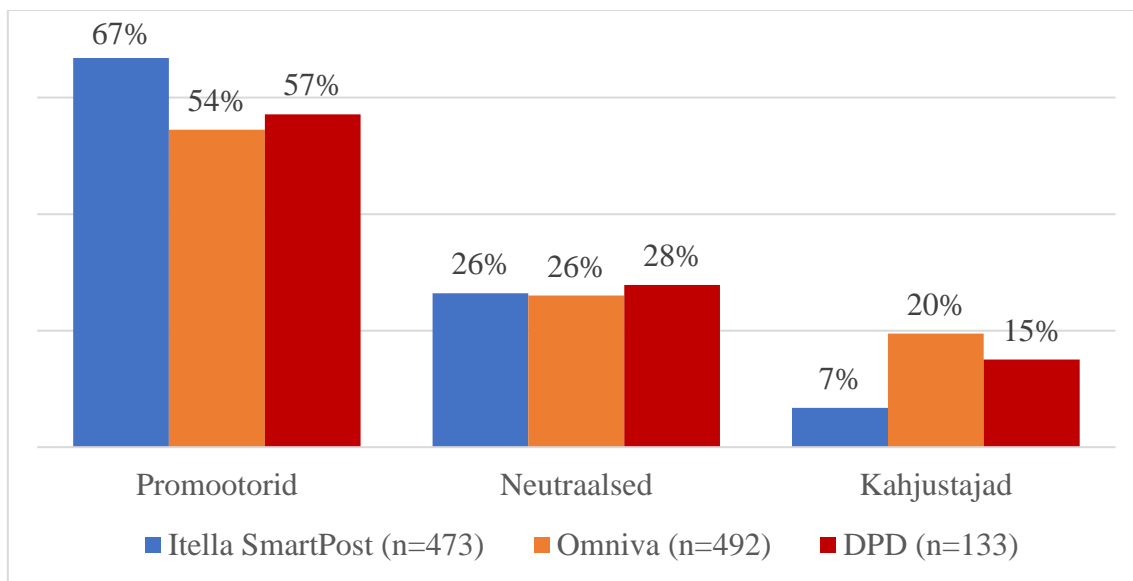
Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD kasutajate võrdlemine vanuse alusel suuri erisusi ei paku, küll aga on põhjust vaadelda kolme teenusepakkuja kasutajate leibkonna keskmisi sissetulekuid. Kui Itella SmartPOST ja Omniva on igas sissetulekuklassis peaaegu võrdsed, jäädes 1% erinevuse piiridesse, siis DPD puhul on märgata tendentsi, et nende teenusekasutajate seas on enam just suurema sissetulekuga inimesi (vt joonis 16). DPD-l on kõige vähem kuni 400 eurose leibkonna keskmise sissetulekuga vastajaid, ning 21,8% DPD kasutajatest on leibkonna keskmine sissetulek üle 1200 euro. Huvitav on siinkohal asjaolu, et DPD erakliendi hinnad (vt lk 20) on konkurentidest märksa madalamad. Sellest järeldub, et DPD ei ole turunduskommunikatsiooniga odavamatest hindadest madala sissetulekuga tarbijateni jõudnud.



Joonis 16. Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD kasutajate leibkonna sissetulekute võrdlus
Allikas: autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel

Küsimustikus paluti Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD kasutajatel hinnata skaalal 1-10, kas nad soovitsid seda teenusepakkujat ka sõbrale. Lehekülgedel 17-18 kirjeldatud metoodika põhjal on hinnangu 1-6 andjad „kahjustajad“ ehk ettevõtte mainet kahjustavad kliendid. Hinnangu 7 ja 8 andjad on „neutraalsed“ ehk ei mõjuta ettevõtte käekäiku ei paremuse ega ka halvemusi suunas ning hinde 9 ja 10 andjad on „promootorid“, kes soodustavad oma sõpruskonnas ettevõttele uute klientide teket. Kõige rohkem promootoreid on Itella SmartPOST-il (vt joonis 17), millele järgnevad DPD ja Omniva. Neutraalseid kasutajaid on kõigil kolmel teenusepakkujal peaaegu võrdselt. Enim kahjustajaid on Omnival, millele järgnevad DPD ja Itella SmartPOST. Kui lahutada promootorite protsentuaalsest arvust kahjustajate oma, siis kõige kõrgema soovitusindeksiga on

Itella SmartPOST (60%), DPD-l on selleks näitajaks 42% ja Omnival 34%. Kuna Omniva kasutajad on kõige rahulolematud, siis on teistel teenusepakkujatel kõige kergem just neid oma teenust kasutama meelidada.



Joonis 17. Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD promootorite, passiivsete ja mainet kahjustavate klientide osakaal

Allikas: autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel.

Analüüsil selgub, et vastajatele viis kõige olulisemat tegurit pakiautomaadi teenuse puhul olid (vt tabel 2): 1) pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast (34,3% vastajatest pidasid seda tegurit kõige olulisemaks); 2) hind (24,7%); 3) tarne kiirus (13,5%); 4) teenuse kvaliteet (10,5%) ja 5) ööpäevaringne ligipääsetavus (8,6%). Kui varasemalt analüüsitud teenusepakkujate eelistamise põhjustena edestas automaadi siseruumis paiknemine välitingimustes paiknemist (vt lk 25-26), siis selles küsimuses on tegur ööpäevane ligipääsetavus populaarsem tegurist pakiautomaat asub siseruumides. Selline tulemus võis tekkida küsimuse sõnastusest, aga võib ka näidata, et Itella SmartPOST-i kliendid peavad muid tegureid pakiautomaadi siseruumis paiknemisest veelgi tähtsamaks. Kuna küsimustikus tuli reastada viis kõige olulisemat tegurit 12-st etteantud variandist, siis mõnevõrra üllatuslikult viie teguri lõikes oli enim ära märgitud teguriks hind (88,6% vastajatest valisid seda viie teguri lõikes), millele järgesid pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast (83,5%), tarne kiirus (80,7%), teenuse kvaliteet (62,2%) ning varasem kogemus (47,0%). Pakiautomaadi teenusepakkujate valik oleneb aga sellest, millist alternatiivide võrdlemise meetodit tarbija parajasti kasutab (vt lk 8-9) ja mitut tegurit ta omavahel eri teenusepakkujate vahel võrdleb.

Tabel 2. Pakiautomaadi teenuse olulisimad tegurid tarbijale

n=534	1. Kõige olulisem	2.	3.	4.	5. Olulisuselt viies
Hind	24,7%	24,5%	17,4%	11,2%	10,7%
	Kokku	49,3%	66,7%	77,9%	88,6%
Pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast	34,3%	19,7%	16,1%	8,4%	5,1%
	Kokku	53,9%	70,0%	78,5%	83,5%
Tarne kiirus	13,5%	20,2%	19,9%	18,2%	9,0%
	Kokku	33,7%	53,6%	71,7%	80,7%
Teenuse kvaliteet	10,5%	10,1%	11,6%	15,2%	14,8%
	Kokku	20,6%	32,2%	47,4%	62,2%
Varasem kogemus	2,8%	4,9%	9,0%	14,4%	15,9%
	Kokku	7,7%	16,7%	31,1%	47,0%
Ööpäevaringne ligipääsetavus	8,6%	10,5%	10,1%	8,1%	7,9%
	Kokku	19,1%	29,2%	37,3%	45,1%
Teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurus	2,4%	3,6%	4,1%	8,1%	10,7%
	Kokku	6,0%	10,1%	18,2%	28,8%
Pakiautomaadi täitmis- ja tühjendamisaeg	0,4%	1,3%	5,1%	7,1%	9,0%
	Kokku	1,7%	6,7%	13,9%	22,8%
Pakiautomaat asub siseruumides (nt kaubanduskeskuses)	1,9%	3,9%	3,9%	4,7%	7,1%
	Kokku	5,8%	9,7%	14,4%	21,5%
Keskkonnasäästlik transport	0,4%	0,4%	1,7%	2,2%	4,3%
	Kokku	0,7%	2,4%	4,7%	9,0%
Teenusepakkuja väärtused	0,6%	0,4%	0,7%	1,3%	4,5%
	Kokku	0,9%	1,7%	3,0%	7,5%
Teenusepakkuja bränd	0,0%	0,6%	0,4%	1,1%	1,1%
	Kokku	0,6%	0,9%	2,1%	3,2%

Allikas: autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel

Võrreldes pakiautomaadi teenuse kõige olulisemat tegurit soo, vanuse ja sissetuleku lõikes oli kõikidel olulisimaks teguriks pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast, aga märkimisväärselt erinesid tegurid muude kriteeriumide osas. Mehed hindavad naistest enam tarne kiirust, ööpäevaringset ligipääsetavust, teenusepakkujate pakiautomaatide võrgustiku suurust ja pakiautomaadi kaugust töö või elukohast (vt tabel 3). Naised hindavad aga meestest rohkem teenuse hinda, kvaliteeti ja varasemat kogemust. Suurimateks erinevusteks 17-35 aastaste ja üle 35 aastaste vastajate vahel kõige olulisema teguri puhul olid hind, tarne kiirus ja ööpäevaringne ligipääsetavus. Kui nooremapoolsetele vastajatele olid tähtsamad hind ja tarne kiirus, siis üle 35

aastased vastajad pidasid oluliseks ka ööpäevaringset ligipääsetavust. Kuni 600 eurose leibkonna keskmise sissetulekuga inimesi pidasid võrdselt oluliseks tegureid hind ja pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast. Kui hinna puhul edestati suurema sissetulekuga inimesi, siis enim (37,3%) üle 601 eurose sissetulekuga inimestest pidas oluliseks just kauguse aspekti. Suurema sissetulekuga inimesed hindasid madalama sissetulekuga inimestest enam tarne kiirust ja pakiautomaatide võrgustiku suurust. Kuni 600 eurose sissetulekuga vastajad pidasid oluliseks veel teenuse kvaliteeti.

Tabel 3. Pakiautomaadi teenuse kõige olulisema teguri võrdlus soo, vanuse ja leibkonna keskmise sissetuleku lõikes

*leibkonna keskmine sissetulek	Kõige olulisem tegur pakiautomaadi teenuse puhul					
	Mehed (n=139)	Naised (m=395)	17-35 aastased (n=401)	35+ aastased (n=133)	Kuni 600 eur (n=131)*	601+ eur (n=316)*
Hind	17,3%	27,3%	26,9%	18,0%	30,5%	23,4%
Pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast	36,0%	33,7%	33,9%	35,3%	30,5%	37,3%
Tarne kiirus	18,7%	11,6%	15,2%	8,3%	9,9%	12,3%
Teenuse kvaliteet	5,0%	12,4%	10,5%	10,5%	13,0%	8,5%
Varasem kogemus	0,7%	3,5%	3,2%	1,5%	3,8%	1,9%
Ööpäevaringne ligipääsetavus	12,9%	7,1%	5,7%	17,3%	6,9%	9,8%
Teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurus	5,0%	1,5%	1,7%	4,5%	0,8%	3,5%
Pakiautomaadi täitmis- ja tühjendamisaeg	0,7%	0,3%	0,2%	0,8%	0,0%	0,6%
Pakiautomaat asub siseruumides (nt kaubanduskeskuses)	1,4%	2,0%	1,5%	3,0%	2,3%	2,2%
Keskkonnasäästlik transport	0,7%	0,3%	0,2%	0,8%	1,5%	0,0%
Teenusepakkuja väärtused	1,4%	0,3%	0,7%	0,0%	0,8%	0,3%
Teenusepakkuja bränd	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Allikas: autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel

Vaadeldes kõige olulisemaks märgitud tegurit Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD eelistajate lõikes, siis on näha selgeid erinevusi. Enim Itella SmartPOST-i kui ka Omniva eelistajatest peavad kõige tähtsamaks teguriks teenuse puhul pakiautomaadi kaugust töö- või elukohast (vt tabel 4).

42,9% DPD eelistajatest märkisid kõige tähtsamaks teguriks hinna, seejärel tuli pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast. Enim Itella SmartPOST-i eelistajad peavad tähtsaimaks teguriks teenuse kvaliteeti ning kõige rohkem Omniva eelistajad peavad tähtsaimaks teguriks tarne kiirust ja ööpäevaringset ligipääsetavust. Kõik need tegurid peegelduvad ka teenusepakkuja eelistamise põhjusena ära toodud vastustes (vt lk 25-26).

Tabel 4. Pakiautomaadi teenuse kõige olulisema teguri võrdlus Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD eelistajate vahel

	Kõige olulisem tegur pakiautomaadi teenuse puhul		
	Itella S. (n=204)	Omniva (n=159)	DPD (n=14)
Hind	25,5%	20,1%	42,9%
Pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast	28,9%	35,8%	28,6%
Tarne kiirus	13,2%	14,5%	14,3%
Teenuse kvaliteet	17,2%	5,7%	7,1%
Varasem kogemus	4,4%	3,1%	0,0%
Ööpäevaringne ligipääsetavus	3,4%	16,4%	0,0%
Teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurus	2,9%	1,9%	7,1%
Pakiautomaadi täitmis- ja tühjendamisaeg	0,0%	1,3%	0,0%
Pakiautomaat asub siseruumides (nt kaubanduskeskuses)	4,4%	0,0%	0,0%
Keskkonnasäästlik transport	0,0%	0,6%	0,0%
Teenusepakkuja väärtused	0,0%	0,6%	0,0%
Teenusepakkuja bränd	0,0%	0,0%	0,0%

Allikas: autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel

Ankeedi viimases vabavastuselises küsimuses jagas 70 vastajat pakiautomaadi teenuse kasutamisega seotud huvitavatest kogemustest. Üle poolte negatiivsetest kogemustest oli seotud Omniva pakiautomaadi teenuse kasutamisega. Peamisteks probleemideks oli ekraani mittetoimimine külma või sooja ilmaga, pakkide kahjustused kauba transpordil ning süsteemi vead (kleebise printimine, teavitussõnum jne). Itella SmartPOST-i tööd puudutavaid negatiivseid kogemusi oli kokku 7. Nende puhul korduvaid kaebusi ei olnud, aga kirjutati näiteks hooldustööst, mille ajal ei olnud võimalik automaati kasutada, klienditelefoni halvast kättesaadavusest, paki valesse asukohta transportimisest ja pikast tarneajast. Nii mõnigi vastaja tõi välja Omniva teenuse eelise seoses pakisildi väljaprintimisega, kuna Itella SmartPOST-iga saates tuleb saaja ja saatja

nimi ning telefoninumber ise paki peale kirjutada. DPD-l oli teistest vähem positiivseid ja negatiivseid kogemusi, aga toodi välja näiteks paki valesse automaati transportimist ja positiivselt oldi üllatunud CollectNet'i pakiroboti toimimisest, kus DPD pakiveeteenust pakub. Positiivseid kommentaare oli kõige rohkem Itella SmartPOST-iga seonduvalt. Enim kiideti jõulude ajal pakiautomaadi täitumisel lisateenindajate kasutamist pakkide väljastamiseks ja samuti olid positiivselt meelitatud lisaks pakile ka kommi saamise eest. Omniva puhul kiideti kiiret tarneaega ja juba varem mainitud pakisildi printimise võimalust.

Järgnevalt toob töö autor välja uuringu tulemuste analüüsi ja tähelepanekud kõigi kolme Eesti turul tegutsevate ettevõtte kohta eraldi. Lisatud on ka lisades 2 ja 3 olevate ankeedi täitjate tsitaadid teenusepakkuja eelistamise põhjuste ning antud ettevõtet puudutavate huvitavate kogemuste kohta.

Itella SmartPOST. Küsitluse tulemusel selgus, et Itella SmartPOST-i teadis pakiautomaadi teenusepakkujana 96% vastanutest. Kuna ettevõtte tegutsemisaja jooksul muutus brändi nimi Smartpost-ist Itella SmartPOST-iks, siis 7% ankeedi täitjatest arvas, et Itella ja SmartPOST on erinevad teenusepakkujad. Kasutatavuse poolest jäi Itella SmartPOST Omnivale 3,5%-ga alla, nende teenust oli vähemalt korra elus kasutanud 88,6% ankeedi täitjatest. Kõige rohkem küsimustiku täitjaid eelistas just Itella SmartPOST-i pakiautomaadi teenust. Sealjuures võis täheldada tendentsi, et nende teenus oli populaarseim just naiste hulgas, keda protsentuaalselt küsimustikule vastajate osas oli enim. Vanuse osas võis märgata, et natuke enam oli Itella SmartPOST-il nooremapoolseid (17-35 aastaseid) teenuse eelistajaid.

Töö auto toob välja mõned eelistamise põhjusena kirjutatud vastajate toimetamata tsitaadid (vt lisa 1), mis käivad Itella SmartPOST-i teenuse kohta:

- „lihtne kasutajaliides, siseruumides mugavam kasutada kui väljas“;
- „Sest pakiautomaat asub alati siseruumis. Kaubad mida tellin ei talu talviseid välistemperatuure.“;
- „paki vormistamisel on kõige parem ja loogilisem leht.“;
- „vajan sageli suuri kappe, mida teistel pole ja ka harjumuses ja need on siseruumides, Omniva ja DPD enamasti õues“;
- „Pakiautomaadid asuvad sisetingimustes, ei ole niiske ja külma ilmaga õues. Kogemus näitab, et Itella Smartposti töötajad käsitlevad pakke hoolikamalt. Lisaks on neil xs suuruses kapp, millega väga hea väikeseid pakke saata.“;

- „On tunduvalt usaldusväärsem ja ka kiirem, kui näiteks Omniva. Olen mitmetelt inimestelt kuulnud, et Omnivas on kas pakk kaduma läinud või on pakk kätte saadud katkisena. Ja Itella SmartPost on ka veidi odavam.“;
- „Omnival on nii kehv ekraan, numbrid tunduvad kuidagi kaugel klaasi taga, et jube kehv on vajutada neid. Smartpostil on see osa palju parem. Automaadid on toas soojas kah, ei pea õues külmetama.“ ;
- „Kuna see on kõige turvalisem. Tean, et tooted tulevad alati tervelt kohale ja kättesaamine on ka lihtne“.

Itella SmartPOST-i peamisteks eelistamise põhjusteks olid: asukoht, automaadi sisetingimustes paiknemine, kvaliteet, mugavus ja hea maine. Ka kõige olulisema teguri võrdlus kolme teenusepakkuja eelistajate vahel näitas, et teistest enam hindavad Itella SmartPOST-i eelistajad teenuse kvaliteeti. Paremat kvaliteeti kinnitab ka 60%-ne soovitusindeks, mis oli konkurentidest märksa kõrgem.

Töö autor toob siinkohal välja vastajate toimetamata kommentaarid huvitavate kogemuste kohta seoses Itella SmartPOST-i pakiautomaadi teenusega (vt lisa 1):

- „Teadsin, et pakiautomaadist pakki saates prindib masin ise aadressitšeki välja. Läksin siis Smartposti ning panin paki kappi ära ning alles siis mõistsin, et mu pakil pole ju aadressi peal. Selgus, et smartpostiga saates peaks ise pakile aadressi kirjutama, seda ma aga polnud teinud. Kuna see juhtus hiljuti, pole ma kindel, kas pakk jõudis kohale.“;
- „Smartpostil miinuseks see, et klienditelefoni ei tööta kogu avatud olemise aja, kui peaks olema kontakti vaja“;
- „Itella Smartpost saatis minule saadetud paki valesse automaati, teise linna otsa. Sellele järgi minnes ei avanenud rikke tõttu just ainult minu pakki hoidev kapiuks. Kõik teised kapid olid väidetavalt korras. Pikk sõit ning tühjade kätega lahkumine.... Pakk küll saabus järgmine päev õigesse kohta, kuid sekeldusi sellest pakist palju.“;
- „Itellal kulub Tallinna ühest otsast teise paki toimetamiseks 3-4 päeva, sama hästi võiks juba ise järgi minna... Aga kui kiiret pole, siis sobib Smartpost hästi.“;
- „Smartposti tühjendaja ootas ära kuni paki vormistasin ja lasi paki teele panna kuigi ta aeg kulus :-““;
- „Itella SmartPost on mõnes kohas nii nõutud, et automaate pole piisavalt ning ajutine töötaja väljastab pakke. Võiksid paremini ruumikasutust planeerida, kuigi parem saan töötajalt paki kui et ootan pakki kauem“;

- „Itella jagab jõulude ajal klientidele karamellkomme. Väike, aga armas žest 😊“;
- „SmartPost kasutab pühade aegadel lisajõudu ning olen pakiautomaatide juures näinud väga meeldivaid teenindajaid.“;

Itella SmartPOST-i positiivsete ja negatiivsete kommentaaride suhe oli võrreldes Omnivaga parem. Korduvaid negatiivseid aspekte nende teenuse kohta ei kirjutatud, positiivsete kommentaaridega toodi korduvalt välja jõulude ajal nii kommide jagamist kui ka lisatööjõu kasutamist.

Analüüsil selgus, et Itella SmartPOST on oma pakiautomaadi teenusega tarbijate hinnangul väga hästi esindatud e-poodide ostukorvides. Enim oli neil vastajaid, kes ei olnud kunagi pidanud kogema olukorda, kus Itella SmartPOST oleks ostukorvis pakutavatest valikutest puudunud.

Nii Tallinnas kui ka maapiirkonnas jäi Itella SmartPOST tarbija elukohast pakiautomaadi kauguse hindamisel Omnivale alla. Tallinnas oli 16,9%-l vastajatest ja maapiirkonnas 5,8%-l ankeedi täitjatest Omniva pakiautomaadid lähemal kui Itella SmartPOST-i omad.

Töö autor soovib Itella SmartPOST-il hoida oma senist teenuse kvaliteeti, mis on nende eelistamise üks peamisi põhjuseid. Samuti oli paljudele klientidele eelistamise põhjuseks veel automaatide siseruumides paiknemine, aga kuna 45,6% vastajatest oli viie olulisema teguri lõikes tähtis ka ööpäevaringne ligipääsetavus, siis võimalusel otsida asukohti, kus pakiautomaat oleks küll siseruumis aga ööpäevaringselt avatud nagu Tallinna Sikupilli Prisma pakiautomaat (Itella SmartPOST 2018). Kuna Itella SmartPOST-i eelistas vähem mehi ja vanemaid inimesi, siis turundusstrateegias võiks mõelda, kuidas oma teenusega nende sihtrühmadeni paremini jõuda. Samuti võiks mõelda oma võrgustiku laiendamise peale, et Omniva kliente omale saada, kes nende teenust vaid asukoha tõttu eelistavad.

Omniva. Omniva spontaanne tunnus pakiautomaadi teenusepakkujana oli konkurentidega võrreldes kõige parem, 97% vastajatest teadis Omniva pakutavast teenusest. Kuna ettevõtte on tegevuse käigus nime vahetanud, siis nii mõnedki vastajad pakkusid pakiautomaadi teenusepakkujaks ettevõtte eelnevaid äri ja brändi nimetusi nagu Eesti Posti ja Post24. Omniva pakiautomaadi teenust oli kasutanud lausa 92,1% ankeedi täitjatest, kuid teenusepakkuja eelistamise osas jäädigi selgelt Itella SmartPOST-ile alla. Omniva pakiautomaadi teenust eelistas 8,6% vähem küsimustikule vastanutest võrreldes Itella SmartPOST-iga. Samas oli meessoost

eelistajate protsent kõige kõrgem ning vanuse poolest eelistas neid pisut enam just vanemapoolsed (35+) tarbijad. Omniva esindatus e-poe ostukorvides oli sarnaselt Itella SmartPOST-iga küllaltki hea. Omnival oli kõige vähem eelistajaid, kes olid kogenud Omniva pakiautomaadi teenuse puudmist e-poe transpordivalikust.

Töö auto toob välja mõned eelistamise põhjusena kirjutatud vastajate toimetamata tsitaadid (vt lisa 1), mis käivad Omniva teenuse kohta:

- „Endine Eesti Post on lihtsalt kõige suurem ja kõige paremini varustatud üle Eesti“;
- „Seos Eesti Postiga. Tundub usaldusväärsem.“;
- „Mul on kõik 3 lähedal, kuid Omniva on õues ja sinna on mugavam minna, kui majja sisse teisele korrusele.“;
- „ainult asukoha tõttu. muidu valiks smartposti...“;
- „Omnivat eelistan, kui tean, et saan pakile järele minna hilisel ajal, kuna Omnivast saab paki iga kell kätt. Eelkõige eelistan Smartposti, kuna teenuse kvaliteet on märgatavalt parem, aga Smartposti piiravad kättesaamise/saatmise kellajaad. DPD-d olen kasutan vähe, kuna DPD-l on veel vähe automaate.“;
- „Kogu aeg saab kätte pakid ja ei pea ootama, et poest saad kätte“;
- „Ainuke siin piirkonnas“;
- „Vist seepärast, et pakiautomaat asub väljaspool hoonet ja saab kätte mistahes ajal, teisalt seetõttu, et asub sobivas kohas.“.

Omniva peamisteks eelistamise põhjusteks olid: pakiautomaatide head asukohad ja võrgustiku suurus ning asjaolu, et pakiautomaadid on ööpäevaringselt avatud ja asuvad välitingimustes, kuhu pääseb hästi ligi. Ka kõige olulisema teguri võrdluses teiste teenusepakkujate eelistajatega tuli välja, et omniva eelistajad hindavad teistest enam pakiautomaadi kaugust töö- või elukohast ja ööpäevaringset ligipääsetavust. Pakiautomaatide head paiknemist kinnitasid ka vastajad, hinnates Omnivat enim kõige lähemal paiknevaks teenusepakkujaks.

Töö autor toob siinkohal välja vastajate toimetamata kommentaarid huvitavate kogemuste kohta seoses Omniva pakiautomaadi teenusega (vt lisa 1):

- „Omniva pakiautomaadi ekraanid on olnud miinuskraadidega nii jääs, et ei funktsioneer“;
- „Huvitavat pole aga Omniva puhul meeldib trükitud sedel, mida pakile kleepida.“;

- „Omniva sai lisapunkte, sest pakiautomaat prindib vajadusel ka kleepeka pakile panemiseks. See tekitab palju suuremat usaldust, kui Itella lihtsalt peale kirjutatud nimi ja number.“;
- „Omnival on sageli trükipaber otsas, ei saa kviitungit printida, mitu sellist olukorda pani täiendavalt Itellat eelistama“;
- „Omnivaga on läinud pakke kaduma ja on saabunud katkise pakendiga. Üks pakk on kadunud juba suvest.“;
- „Omniva teenuse veidrustest võiks lausa anekdoote rääkida, küll jõuab sõnum ennem kohale, kui pakk füüsiliselt automaati, kord küsis teenindaja telefonis, kas päike paistab õues, see võib mõjutada automaadi ekraani tööd. Lisaks, kui on postkontor samas majas kui automaat, siis neil puudub igasugune võimekus pakiautomaadi muredega inimest aidata. Kurb. Klienditeeninduse telefonile helistades olen oodanud ca 30 minutit... Ei soovita Omniva teenuseid.“;
- „Mulle meeldib, et Omniva lubab, et pakk on järgmisel päeval kella 10ks kohal ja nii on ka olnud. Kohe hasardiga jälgin, mis kell sms tuleb ja suts enne või pärast kella 9. Võimalik, et Smartpost teeb sama kiirelt, ei tea. Siis kiidaksin neidki.“;
- „Tellisin lapsele Tallinnast kell 19.40 kombe ja kombe oli hommikul kell 8 Omniva pakiautomaadis“.

Omniva positiivsete ja negatiivsete kogemuste suhe oli konkurentidega võrreldes kõige kehvem. Paljud tarbijad ei ole rahul Omniva teenuse kvaliteedi ja pakiautomaatide toimimisega, sagedamini heideti ette pakkide kadumist või kahjustamist ning pakiautomaatide ekraani mittetoimimist sooja või külma ilmaga. Positiivsete kommentaaridega toodi aga esile kiiret tarneaega ja pakisildi trükkimise võimalust, mida Itella SmartPOST ei paku. Negatiivsete tähelepanekute rohkust kinnitab ka konkurentidega võrreldes madalaim soovitusindeks, milleks oli 34%.

Kuna Omniva kohta oli kõige rohkem kriitikat teenuse ja pakiautomaatide kvaliteedi osas ja nende soovitusindeks oli kõige madalam, siis soovitab töö autor ettevõttel üle vaadata oma kvaliteedistandardid ja tööprotsessid. Samuti tuleks kindlustada pakiautomaatide ekraani toimimine ka raskmates ilmastikuoludes. Kuna paljudele tarbijatele oli tähtis automaadi kindlus temperatuuri kõikumistele, siis soovitaks ka neil leida automaatide asukohtadeks siseruume, mis on ööpäevaringselt avatud või täiustada oma pakiautomaate nii, et nad säilitaksid kindlat temperatuuri. Turundustegevustes peaks Omniva rõhku pöörama naistele ning nooremas vanuses klientidele.

DPD. Kuna DPD on kõige uuem pakiautomaadi teenust pakkuv ettevõtte, siis nende spontaanne tunnus oli konkurentidest madalam. Siiski teadis DPD teenusest 55% vastajatest. Ka kasutatavus oli konkurentidest madalam, 24,9% ankeedi täitjatest oli DPD teenust vähemalt korra kasutanud ning vaid 2,5% vastajatest eelistas nende teenust konkurentidele, neist enamus olid just nooremapoolsed (17-35 aastased) tarbijad.

Töö auto toob siinkohal välja mõned eelistamise põhjuse vastajate toimetamata tsitaadid (vt lisa 1), mis käivad DPD teenuse kohta:

- „automaatide lähedus töökohale, suurem usaldus kuna tihti paki sisud õrnad“;
- „Lähedal :)“;
- „Kõige odavam“;
- „Soodne“;
- „Hind, asukoht, mugavus“;
- „Kasutajamugavus“;
- „Hea reputatsioon, hea kvaliteet, kiire tarne“;
- „Kiire ja mugav“.

DPD peamiseks eelistamise põhjuseks oli soodne hind, kasutajamugavus ja asukoht. Ka kõige olulisema teguri võrdluses eri teenusepakkujate eelistajate vahel selgus, et DPD eelistajate jaoks oli ülekaalukalt tähtsaimaks teguriks teenuse hind. Küll aga tuli välja, et DPD-d kasutanud tarbijate leibkonna keskmine sissetulek oli konkurentidest mõnevõrra suurem. Seega tundub, et DPD ei ole sõnumiga odavatest hindadest madalama sissetulekuga tarbijani jõudnud.

Töö autor toob siinkohal välja vastajate toimetamata kommentaarid huvitavate kogemuste kohta seoses DPD pakiautomaadi teenusega (vt lisa 1):

- „DPD saatis paki valesse automaati. Kui tahtsin viga parandada, ei suutnud nad minu nime ja telefoninumbri abil isegi mitte kindlaks teha, et kuskil mulle mõeldud pakk ringlemas on. Mitu korda pidi lõpuks helistama, et pakk õigesse kohta jõuaks. Sellegipoolest kasutaksin nende teenust veel, sest nad on soodsamad, kui teised.“;
- „Tahaksin kiita DPD pakirobotit, sest nii tore on vaadata, kuidas robot paki võtab riulist. Neid võiks ainult rohkem olla“.

Huvitaval kombel kaalub soodsam hind üle kliendile tekitatud ebamugavused teenuse kasutamisel ning teisest kommentaarist võib aru saada, et kiideti CollectNet'i innovaatilist pakiautomaadi lahendust, kus DPD oma teenust pakub.

DPD soovitusindeks on pigem keskpärane (42%). Kõige hiljutisemale turule tulijana võiks see eelduste kohaselt natukene kõrgem olla. Kuna DPD on oma võrgustikku alles välja arendamas, siis nende pakiautomaadid asuvad konkurentide omadest paljude tarbijate jaoks kaugemal. Kui Tallinnas asus DPD pakiautomaat 18,1% tallinlastest kõige lähemal, siis maapiirkonnas oli selleks näitajaks 7,4%. Samuti madalate protsentide põhjus võib olla selles, et tarbijad ei ole DPD pakiautomaatide asukohtadest veel teadlikud.

Töö autor soovib DPD-l tegeleda pakiautomaatide teenuse teadlikkuse tõstmisega ning esindatuse parandamisega e-poodide ostukorvides. Kõige uuemalt turule tulijalt ootavad tarbijad sageli värsket lähenemist ja innovatsiooni, mistõttu tuleks DPD-l kehtestada uued turu standardid klientide poolt enim hinnatud tegurite lõikes: pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast, hind, tarne kiirus, teenuse kvaliteet. Samuti tuleks tegeleda oma teenuse eeliste tarbijatele kommunikeerimisega. Kuna tarbijad hindasid varasemat kogemust pakiautomaadi teenuse puhul kõrgelt, siis DPD-l on oluline teha kampaaniaid, mille kaudu oleks tarbijatel võimalik saada esimene kogemus nende automaadi kasutamisega. Et turul paremini konkureerida tuleks DPD-l läbi viia ka planeeritud pakiautomaatide võrgustiku laiendamine.

KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärgiks oli välja selgitada pakiautomaadi teenusepakkuja valikut mõjutavad tegurid teenuse tarbijale ja tarbijate teadlikkus ning eelistused teenusepakkujate osas. Eesmärgi saavutamiseks viis töö autor läbi uuringu, mille valimisse kuulusid üle 16 aastased Eesti elanikud. Kokku oli 534 valimisse kuuluvat vastajat, kelle vastuseid analüüsid jõuti järgmiste tulemusteni.

Peaaegu kõik vastajad olid teadlikud Omniva ja Itella SmartPOST-i pakutavast pakiautomaadi teenusest, DPD teenusest teadsid vaid napilt üle poolte küsitletute. Sarnane muster kordus ka kasutatavuse osas, kus umbes 9 inimest 10-st olid kasutanud Omniva ja Itella SmartPOST-i pakiautomaadi teenust kuid DPD-d vaid neljandik küsitletutest. Konkurentidest selgelt parema soovitusindeksiga oli Itella SmartPOST (60%), DPD vastav näitaja oli 42% ja Omnival 34%. Itella SmartPOST oli ka kõige eelistatum pakiautomaadi teenusepakkuja. Huvitav on siinkohal asjaolu, et Itella SmartPOST-i eelistavad enam naised ning Omnivat mehed. Ka eelistajate vanuse puhul oli märgata tendentsi, et Itella SmartPOST-i kasutavad natukene enam just nooremapoolsed tarbijad ja Omnivat vanemapoolsed. Neljandikul vastajatest konkreetne eelistus brändi osas puudus. DPD eelistajate hulk oli võrreldes konkurentidega kordades väiksem.

Kõige tähtsamaks eelistamise põhjuseks oli ülekaalukalt pakiautomaadi asukoht, mida ka Omniva eelistamise põhjustena enim nimetati. Kümnendikule vastajatest mängis rolli pakiautomaadi välitingimustes paikne ja ööpäevaringne ligipääsetavus. Itella SmartPOST-i teenuse tugevusteks peeti lisaks asukohtadele ka kvaliteeti, mugavust ning pakiautomaatide sisetingimustes paiknemist. Samuti oli vastajaid, kes eelistasid Itella SmartPOST-i Omnivale ebameeldiva tarbimiskogemuse pärast, enim heideti Omniva teenusele ette mittetöötavat automaadi ekraani ning kehvemate teenuse kvaliteeti. DPD peamiseks eelistamise põhjuseks oli konkurentidest soodsam hind.

Kui vaadelda Itella SmartPOST-i, Omniva ja DPD pakiautomaadi teenuseid kasutanud inimeste profile, siis selgub nagu ka eelistustest välja tuli, et Omnival on mõnevõrra enam meessoost kliente ning Itella SmartPOST-il naissoost teenuse kasutajaid. Leibkonna keskmise sissetuleku

võrdlemisel selgub, et DPD teenust kasutanute sissetulekud on konkurentide omadest kõrgemad. Kuna DPD hinnad erakliendile hetkel kõige soodsamad, siis võib järeldada, et DPD ei ole sõnumiga madalamatest hindadest tarbijani veel jõudnud.

Kõige olulisemaks teguriks pakiautomaadi teenuse puhul pidasid küsimustikule vastajad pakiautomaadi kaugust töö- või elukohast, sellele järgnesid hind, tarne kiirus, teenuse kvaliteet ning ööpäevaringne ligipääsetavus. Kuna küsimustikus tuli reastada viis kõige olulisemat tegurit, siis mõnevõrra üllatuslikult viie teguri lõikes oli aga enim ära märgitud teguriks hind, millele järgesid pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast, tarne kiirus, teenuse kvaliteet ning varasem kogemus. Seega pakiautomaadi teenusepakkuja valik oleneb, millist alternatiivide hindamise meetodit tarbija kasutab.

Kõige olulisema teguri puhul pakiautomaadi teenuse lõikes oli märgata erinevusi soo, vanuse ja leibkonna keskmiste sissetulekute lõikes. Kõikidel klassidel oli olulisimaks teguriks pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast, aga märkimisväärselt erinesid tegurid muude kriteeriumide osas. Kui mehed hindavad teenuse puhul enam tarne kiirust ja ööpäevaringset ligipääsetavust, siis naised peavad olulisemateks hinda ja teenuse kvaliteeti. Nooremad vastajad pidasid vanematest olulisemaks hinda ja tarne kiirust ning vanemad tähtsustasid noortest enam ööpäevaringset ligipääsetavust ja teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurust. Kuni 600 eurose leibkonna keskmise sissetulekuga vastajatel oli hind võrdselt pakiautomaadi kaugusega töö- või- elukohast tähtsaimaks teguriks. Üle 600 eurose leibkonna keskmise sissetulekuga vastajatest pidasid madalama sissetulekuga vastajatest tähtsamaks tarne kiirust ning ööpäevaringset ligipääsetavust.

Siinkohal töö autor kordab uuringu tulemuste põhjal tehtud peamisi ettepanekuid, mis tehti Eesti turul teenust pakkuvatele ettevõtetele:

1. Itella SmartPOST

- Paigutada pakiautomaadid asukohtadesse, mis oleks nii siseruumis kui ka ööpäevaringselt avatud.
- Laiendada pakiautomaatide võrgustikku, et võita endale kliente, kes Omnivat vaid asukoha pärast kasutavad.
- Turundustegevustes tuleks rõhku pöörata meestele ja vaemapoolsetele tarbijatele.

2. Omniva

- Kliendirahulolu ja soovitusindeksi parandamiseks, tuleks tõsta teenuse kvaliteeti ning parandada pakiautomaatide üleüldist toimimist.
- Teha automaadid temperatuurikindlaks või paigutada ööpäevaringselt avatud siseruumi.
- Turundustegevustes tuleks rõhku pöörata naistele ning nooremajalastele tarbijatele.

3. DPD

- Tegeleda pakiautomaatide teenuse teadlikkuse tõstmisega, esindatuse parandamisega e-poodide ostukorvides ning laiendada võrgustikku.
- Kehtestada uued turu standardid klientide poolt enim hinnatud tegurite lõikes: pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast, hind, tarne kiirus, teenuse kvaliteet.
- Teha kampaaniaid, mis võimaldaksid tarbijal saada nende automaadiga esimene tarbimiskogemus.

Bakalaureusetöö raames läbi viidud uuringu tulemusel saadi teada tegurid, mis mõjutavad ostuotsustusprotsessi vastava teenusepakkuja kasuks. Saadud tulemusi on võimalik teenusepakkujatel kasutada, et nende poolt pakutav teenus rahuldaks tarbijate ootusi maksimaalselt.

Käsitletud teemat on võimalik edasi arendada kasutades uuringu läbiviimisel kvootvalimit, mille põhjal oleks võimalik järeltõlgida teha kõikide Eesti tarbijate kohta. Ostuotsustusprotsessist veelgi parema arusaama tekitamiseks, oleks oluline välja selgitada alternatiivide võrdlemise meetodid, mida tarbijad kasutavad pakiautomaadi teenusepakkujate võrdlemisel.

SUMMARY

FACTORS THAT INFLUENCE CUSTOMERS CHOOSING THE PARCEL LOCKER SERVICE PROVIDER

Madis Kask

The growth of the e-commerce sector has risen parcel volumes for service providers to handle. It has especially influenced the last mile delivery, which is the most expensive section of the supply chain. It is because of this that the logistics companies and researchers are looking for innovative, technology-based solutions how to deliver the goods as effectively as possible. One of those solutions is a parcel locker service. (Vakulenko *et al.* 2017; Cárdenas *et al.* 2017)

Smartpost (now Itella SmartPOST) was the first company that started providing parcel locker service in Estonia in 2009 (Itella SmartPOST 2018). Two years later the country's national postal company Eesti Post (now Omniva) opened their parcel locker network and the latest company in this sector is DPD, who started providing the service in 2016 (Omniva 2018; Ristikivi 2016).

As the competition has increased in the last years, it is important to find out how do the customers see the market and what is their decision-making process like. The aim of the thesis is to discern factors that influence: customers in choosing the parcel locker service provider, customer awareness and preferences on service providers. The author has set the following research questions:

- What is the unaided brand awareness and usability of service providers?
- How are the customer preferences distributed among service providers and what is the Net Promotion Score (NPS) for each of them?
- What are the most important factors in choosing the parcel locker service provider?

As a data collection method, the author used an online questionnaire with convenience sampling. The survey was prepared in Google Forms and consisted of 23 questions. The questioner was active from 19th of March until 11th of April 2018 and mainly distributed through Facebook.

There were 534 respondents, who met the sample criteria: they live in Estonia and are over 16 years of age.

The analysis of the survey results implied that almost all of the respondents knew about Omniva and Itella SmartPOST parcel locker service, slightly over half of the people questioned mentioned DPD as a parcel locker service provider. Around 9 out of 10 respondents had used Omniva's and Itella SmartPOST's service, but only a quarter of the people surveyed had ever used DPD's parcel lockers. The company with the best Net Promotion Score was Itella SmartPOST with 60%, DPD's NPS was 42% and Omniva's 34%. Itella SmartPOST was also the most preferred service provider among customers followed by Omniva. A quarter of the people surveyed did not have a preference of service provider. In this category DPD was heavily outstripped by its competitors. The most mentioned reason for the preference was the location of the parcel locker followed by the price and delivery time. Another major factor was the placement of the locker whether in- or outdoor – Itella SmartPOST's parcel lockers are located inside shopping malls and Omniva's and DPD's are outdoors.

There were differences between gender, age and income in the results of the most important factor in parcel locker service. Though in all these categories the most important factor was still the location of the parcel locker, there were vast differences in other factors. Men value delivery time and 24/7 access more, but women value more price and service quality. Younger people valued more price and delivery time, but older respondents valued 24/7 access and the size of the parcel locker network. Questioned people with an average household income less than 600 euros valued price as equally important to the location of the parcel lockers. But the respondents with a bigger income valued delivery time and 24/7 access more.

As a result of this research the author got information about the factors that influence in choosing the parcel locker service provider. Also, recommendations were made to parcel locker service providers, which could help them to improve their service and target new customers. Further research of the subject could focus on the alternative evaluation methods to see how many factors are taken into consideration in choosing the service provider.

KASUTATUD ALLIKAD

- Apex Insight. (2018). *Global Parcel Locker Systems Market Insight Report 2017*. Kättesaadav: <https://www.apex-insight.com/product/global-parcel-locker-systems-market-insight-report-2017/>, 18. aprill 2018.
- Awad, E. M. (2004) *Electronic Commerce: From Vision to Fulfillment*. 3rd ed. Upper Saddle River (N.J.): Pearson Education.
- Bidgoli, H. (2002). *Electronic Commerce: Principles and Practice*. San Diego: Academic Press.
- Cárdenas, I., Beckers, J., Vanelslander, T. (2017). E-commerce last-mile in Belgium: Developing an external cost delivery index. – *Research in Transportation Business & Management*, Vol. 24, 123-129.
- CollectNet. (2018). Kättesaadav: <https://collect.net/>, 18. aprill 2018.
- Darley, W. K., Blankson, C., Luethge, D. J. (2010). Toward an integrated framework for online consumer behavior and decision making process: A review. – *Psychology & Marketing*. Vol. 27, 94–116.
- DPD. (2018). Kättesaadav: <https://www.dpd.com/ee/>, 18. aprill 2018.
- Eesti E-kaubanduse Liit. (2016). *Internetist ostmine kogub hoogu, eelistatud on kodumaiseid e-poed*. Kättesaadav: <https://e-kaubanduseliit.ee/internetist-ostmine-kogub-hoogu-eelistatud-on-kodumaiseid-e-poed/>, 18. aprill 2018.
- Eesti Statistikaamet. (2018). KM020: Kaubandusettevõtete (v.a hulгимүүк ja vahenduskaubandus) müügitulu tegevusala (EMTAK 2008) — [E-andmebaas] <http://andmebaas.stat.ee/Index.aspx?lang=et&DataSetCode=KM0202#>, 18. aprill 2018.
- eMarketer. (2018). *Worldwide Retail and Ecommerce Sales: eMarketer's Updated Forecast and New Mcommerce Estimates for 2016—2021*. Kättesaadav: <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-eMarketers-Updated-Forecast-New-Mcommerce-Estimates-20162021/2002182>, 18. aprill 2018.
- Eurostat. (2017). *E-commerce statistics for individuals*. Kättesaadav: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics_for_individuals, 18. aprill 2018.
- Hussung, T. (2016). *From Storefronts to Search Engines: A History of E-Commerce*. Kättesaadav: <https://online.csp.edu/blog/business/history-of-ecommerce>, 18. aprill 2018.

- IPC. (2017). *Annual review 2016. Underpinning postal growth: Annual report*. Kättesaadav: https://www.ipc.be/en/reports-library/publications/ipcreports_brochures/annual-review2016, 18. aprill 2018.
- IPC. (2018). *Delivery choice - Parcel lockers*. Kättesaadav: <https://www.ipc.be/en/knowledge-centre/e-commerce/articles/parcel-lockers>, 18. aprill 2018.
- Itella SmartPOST. (2018). Kättesaadav: <http://uus.smartpost.ee/>, 18. aprill 2018.
- Kantar TNS. (2018). *European E-shopper barometer*. Kättesaadav: <https://www.eshopperbarometer.dpdgroup.com/>, 18. aprill 2018.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. 15th ed. Boston: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., Piercy, N. (2013). *Principles of Marketing*. 6th European ed. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing Management*. 12th ed. Upper Saddle River (N.J.): Pearson Prentice Hall.
- Kuusik, A., Virk, K., Aarna, K., Sepp, L., Seppo, M., Mehine, T., Prinsthal, I. (2010). *Teadlik turundus*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Lamp, B-H. (2009). *Aasta logistikeoks kuulutati Smartposti pakiautomaadid*. Kättesaadav: <https://tehnika.postimees.ee/186927/aasta-logistikeoks-kuulutati-smartposti-pakiautomaadid>, 18. aprill 2018.
- Lemke, J., Iwan, S., Korczak J. (2016). Usability of the parcel lockers from the customer perspective – the research in Polish Cities. – *Transportation Research Procedia*, Vol. 16, 272-287.
- Liiva, S. (2017). *DPD investeerib 250 uue pakiautomaadi püstipanekusse viis miljonit eurot*. Kättesaadav: <https://majandus24.postimees.ee/4325617/dpd-investeerib-250-uue-pakiautomaadi-pustipanekusse-viis-miljonit-eurot>, 18. aprill 2018.
- Loudon, D. L., Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behaviour: Concepts and Applications*. 4th ed. New York: McGraw-Hill.
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research: An Applied Orientation*. 6th ed. Upper Saddle River (N.J.): Pearson Education.
- Nõmmik, A. (2017). Viimase miili tarne lahendused ja ärimudelid Eestis. (Lõputöö). Tartu Ülikool Pärnu kolledž. Pärnu.
- Omniva. (2018). Kättesaadav: <https://www.omniva.ee>, 18. aprill 2018.
- Palmer, A. (2000). *Principles of Marketing*. Oxford: Oxford University Press.
- Reichheld, F. (2006). *The Ultimate Question: Driving Good Profits and True Growth*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.

- Ristikivi, H-L. (2016). *DPD siseneb pakiautomaatide turule*. Kättesaadav: <http://www.logistikauudised.ee/uudised/2016/11/03/dpd-siseneb-pakiautomaatide-turule>, 18. aprill 2018.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*. 10th ed. Boston: Pearson Education Limited.
- Sirkel, R. (2001). *Turundusuuringud*. Tallinn: Kirjastus Ilo.
- Turban, E., Lee, J., King, D., Chung, H. M. (2000). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. Upper Saddle River (N.J.): Prentice Hall.
- Vakulenko, Y., Hellström, D., Hjort, K. (2017). What's in the parcel locker? Exploring customer value in e-commerce last mile delivery. – *Journal of Business Research*, Vol. 88, 421-427.
- Vihalem, A. (2008). *Turunduse alused*. Tallinn: Külim.
- WSI (2015). *Digital Minds: 12 Things Every Business Needs to Know About Digital Marketing*. 2nd ed. Victoria: FriesenPress.

LISAD

Lisa 1. Uuringu küsimused, kaaskiri ja vastajate arvud

Olen TTÜ logistika eriala 3. kursuse tudeng ja teen lõputööd teemal "Pakiautomaadi teenusepakkuja valikut mõjutavad tegurid tarbijale". Sellega seondult paluksin Sinult 5 minutit, et vastata sellele küsimustikule. Vastused on anonüümsed. Suur tänu kõigile vastajatele!

Madis Kask // madiskask@hotmail.com

Palun nimeta kõik Eestis tegutsevad pakiautomaadi teenusepakkujad, keda tead

Omniva	445
Itella SmartPOST	439
DPD	253
CollectNet	43
Itella ja SmartPOST eraldi	32
Eesti Post	13
DHL	8
Post24	3
UPS	3
Starship	2
Cargobus	1
FedEx	1
Ei vastanud	76

Kui tihti kasutad pakiautomaadi teenust?

Mitmeid kordi nädalas	9
Keskmiselt kord nädalas	20
Mitmeid kordi kuus	87
Keskmiselt kord kuus	128
Keskmiselt kord kvartalis	196
Keskmiselt kord aastas või harvemini	85
Ei ole seda teenust kasutanud	9

Millist pakiautomaadi teenusepakkujat eelistad enim?

Itella SmartPOST	204
Omniva	159
DPD	14
Ei ole eelistusi	135
Muu	13

Lisa 1 järg

Kirjeldage lühidalt, miks eelistate viimati nimetatud teenusepakkujat enim

Vastused on toodud lisa 2.

Kas olete e-poest kaupa tellides kasutanud pakiautomaadi teenust?

Jah	492
Ei	30
Ei oska öelda	3

Kas on juhtunud, et e-poest kauba tellimisel puudub valikust eelistatum pakiautomaadi teenusepakkuja?

Jah, sageli	27
Jah, harva	134
Ei ole	223
Ei ole mõelnud sellele	108

Kas olete kasutanud Itella SmartPOST pakiautomaadi teenust?

Jah	473
Ei	39
Ei oska öelda	13

Palun hindade, kas soovitaksid Itella SmartPOST pakiautomaadi teenust ka sõbrale? (skaalal 1-10)

1 – Ei soovitaks	2	3	4	5	6	7	8	9	10 – Jah, soovitaksin
0	2	1	0	15	14	30	95	87	229

Kas olete kasutanud Omniva pakiautomaadi teenust?

Jah	492
Ei	22
Ei oska öelda	11

Palun hindade, kas soovitaksid Omniva pakiautomaadi teenust ka sõbrale? (skaalal 1-10)

1 – Ei soovitaks	2	3	4	5	6	7	8	9	10 – Jah, soovitaksin
11	5	11	12	26	31	57	71	92	176

Kas olete kasutanud DPD pakiautomaadi teenust?

Jah	133
Ei	367
Ei oska öelda	25

Lisa 1 järg

Palun hinda, kas soovitaksid DPD pakiautomaadi teenust ka sõbrale? (skaalal 1-10)

1 – Ei soovitaks	2	3	4	5	6	7	8	9	10 – Jah, soovitaksin
1	3	1	3	7	5	13	24	30	46

Palun järjestada 5 kõige olulisemat tegurit pakiautomaadi teenuse puhul

Järjestatavad tegurid: - ööpäevaringne ligipääsetavus; - keskkonnasäästlik transport; - tarne kiirus; - varasem kogemus; - teenusepakkuja bränd; - teenuse kvaliteet; - pakiautomaadi täitmis- ja tühjendamisaeg; - pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast; - teenusepakkuja bränd; - hind; - pakiautomaat asub siseruumides (nt kaubanduskeskuses); - teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurus.

Palun kasuta igat tegurit vaid korra.

1. Kõige olulisem tegur pakiautomaadi teenuse puhul

Ööpäevaringne ligipääsetavus	46
Keskkonnasäästlik transport	2
Tarne kiirus	72
Varasem kogemus	15
Teenusepakkuja bränd	0
Teenuse kvaliteet	56
Pakiautomaadi täitmis- ja tühjendamisaeg	2
Pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast	183
Teenusepakkuja väärtused	3
Hind	132
Pakiautomaat asub siseruumides (nt kaubanduskeskuses)	10
Teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurus	13

2. Olulisuselt teine tegur pakiautomaadi teenuse puhul

Ööpäevaringne ligipääsetavus	56
Keskkonnasäästlik transport	2
Tarne kiirus	108
Varasem kogemus	26
Teenusepakkuja bränd	3
Teenuse kvaliteet	54
Pakiautomaadi täitmis- ja tühjendamisaeg	7
Pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast	105
Teenusepakkuja väärtused	2
Hind	131
Pakiautomaat asub siseruumides (nt kaubanduskeskuses)	21
Teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurus	19

Lisa 1 järg

3. Olulisuselt kolmas tegur pakiautomaadi teenuse puhul

Ööpäevaringne ligipääsetavus	54
Keskkonnasäästlik transport	9
Tarne kiirus	106
Varasem kogemus	48
Teenusepakkuja bränd	2
Teenuse kvaliteet	62
Pakiautomaadi täitmis- ja tühjendamisaeg	27
Pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast	86
Teenusepakkuja väärtused	4
Hind	93
Pakiautomaat asub siseruumides (nt kaubanduskeskuses)	21
Teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurus	22

4. Olulisuselt neljas tegur pakiautomaadi teenuse puhul

Ööpäevaringne ligipääsetavus	43
Keskkonnasäästlik transport	12
Tarne kiirus	97
Varasem kogemus	77
Teenusepakkuja bränd	6
Teenuse kvaliteet	81
Pakiautomaadi täitmis- ja tühjendamisaeg	38
Pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast	45
Teenusepakkuja väärtused	7
Hind	60
Pakiautomaat asub siseruumides (nt kaubanduskeskuses)	25
Teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurus	43

5. Olulisuselt viies tegur pakiautomaadi teenuse puhul

Ööpäevaringne ligipääsetavus	42
Keskkonnasäästlik transport	23
Tarne kiirus	48
Varasem kogemus	85
Teenusepakkuja bränd	6
Teenuse kvaliteet	79
Pakiautomaadi täitmis- ja tühjendamisaeg	48
Pakiautomaadi kaugus töö- või elukohast	27
Teenusepakkuja väärtused	24
Hind	57
Pakiautomaat asub siseruumides (nt kaubanduskeskuses)	38
Teenusepakkuja pakiautomaatide võrgustiku suurus	57

Lisa 1 järg

Kui kaugel asub Sinu elukohale lähim pakiautomaat?

Kuni 1 km kaugusel	288
1-3 km kaugusel	127
3-5 km kaugusel	23
5-10 km kaugusel	30
Üle 10 km kaugusel	60
Ei oska öelda	6

Milline on Sinule kõige lähemal asuva pakiautomaadi teenusepakkuja bränd?

Kui samas kohas asub rohkem kui üks teenusepakkuja, siis palun vali kõik antud asukohas paiknevad teenusepakkujad.

Itella SmartPOST	343
Omniva	408
DPD	82
Ei oska öelda	22
CollectNet	1

Sugu

Mees	139
Naine	395

Vanus

17-35	401
36-50	111
51-64	16
65+	6

Leibkonna keskmine sissetulek ühe liikme kohta

VALEM: Ühises eluruumis (maja, korter) elavate inimeste sissetulekute summa jagatud ühises eluruumis elavate inimeste arvuga.

Kuni 200 eur	10
201-400 eur	43
401-600 eur	78
601-800 eur	87
801-1200 eur	131
1200 eur ja rohkem	98
Ei soovi vastata	55
Ei oska öelda	32

Lisa 1 järg

Elukoht

Kui Sa elad maapiirkonnas, mõnes muus linnas või väljaspool Eestit, siis palun täpsusta seda variandiga "Muu" ja kirjuta enda elukoha haldusüksuse nimetus.

Tallinn	270
Tartu	37
Narva	0
Pärnu	28
Viljandi	15
Muu	184

Kui Sul on olnud pakiautomaadi teenuse kasutamisega mõni huvitav kogemus, mida tahaksid jagada, siis palun kirjuta sellest siia

Vastused on toodud lisas 3.

Lisa 2. Teenusepakkuja eelistamise põhjused

Kodule lähedal
Asukoht
Minu jaoks asuvad kõige mugavamates asukohtades
Kodulinna kesklinna hästi kättesaadav ja odav. Ennekõike kasutan seda mugavusest, ei soovi väga muud kasutada kui just eriliselt odavamalt valikut ole.
Ei pea poodi sisse ronima + saab minna lunastada pakk 24/7
Töölalaseltpole leping nendega
Pole olnud probleeme selle teenusepakkujaga
mugavaim, tundub soodne
tasuta kohale toomine; mugav, Tean firmat ja brändi; usaldus
Eelistan, kuna asub elukohale kõige lähemal, mugav
Eelistan Smartpost vaid selle asukoha pärast.
mugav
Ligipääsetavus
Kõige mugavamas asukohas minu jaoks.
Pakiautomaadi asukoha lähedus, oskan juba ammu ajast kasutada.
kõige kiirem; mugavate kohtade peal; hea maine
Teenuse pakkuja kasutab seda, kui olen midagi välismaalt tellinud
Töötasin kunagi Eesti Postis ja lojaalsusest vist eelistan Omnivat
Ei oska öelda
Soodsaim ning automaadid asuvad mugavates asukohtades.
Asub väljas, autoga parem juurdepääs. Ei pea sisenema hoonesse, kus automaadid asuvad.
Kõige parem pakiautomaadi asukoht
Ligipääs kaubanduskeskusele, kus see pakiautomaat asub, on mugav nii autoga kui jalgsi liigeldes. Pakiautomaat asub parklas, nii et ei pea õues külmetama, kui automaadi juures juhtub järjekord olema.
Kodule kõige lähemal
Kasutajamugavus
Olen vastava ettevõtte töötaja
Asukoha pärast
Kiire, hinna- kvaliteedi suhe paigas. Asub siseruumides.
Head pakiautomaatide asukohad
Kuna seal on ka võimalus saata vajadusel pakki pakiautomaadist postkontorisse ning vajadusel ka vastupidi.
asub pigem siseruumis
Kõige rohkem kokkupuuteid.
Ei leia suuri erinevusi teenusepakkujate vahel, seega saabki määravaks ainult hind ja see kus ma neil päevil rohkem viibin
kodule lähemal
Lai võrk, mõistlikud asukohad. Pakid ei saa mustaks, kui tuleb käest korraks ära panna.
Kõige kiirem
Itella toimetab pakke ka Soome ja neil on päris mitmes kohas automaadid nii Eestis kui ka Soomes.
Mugav, lihtne
Kvaliteetne teenus
Odav ja kiire

Lisa 2 järg

Ligipääsetav igal kellaajal
Automaadid asuvad enamasti siseruumides. Vahel on SmartPost odavam ka.
On olnud kõige odavam ja pakiautomaat on avatud 24/7
parim teenus ja mugavus
Pakiautomaadi asukoht.
Kodule lähim
Soodsam hind kui Omnival, enamasti ei asu automaadid õues, automaatide asukohtade valik on suur (võrreldes nt DPD-ga), siamaani kõige usaldusväärsem teenusepakkuja.
Hea reputatsioon, hea kvaliteet, kiire tarne
automaat mugavas, soojas ja kuivas kohas.
Sinna pääseb igal ajal pakile järgi minema
Vist oli odavam kui Omniva
Lähedal :)
Tavaliselt on see müüa eelis
Igal pool olemas
Paki saab kätte igal ajal. Kui on külma/kuuma karteve pakk, siis eelistan SmartPOSTi.
Kuna see on kõige turvalisem. Tean, et tooted tulevad alati tervelt kohale ja kättesaamine on ka lihtne
asub Tallinnas õues tavaliselt, mitte kaubanduskeskuses, igal ajal ligipääsetav
automaatide lähedus töökohale, suurem usaldus kuna tihti paki sisud õrnad
Asukoha tõttu, samuti enamasti paikneb ta poest väljas, seega saab ka peale poe sulgemist pakke väljastada.
oteselt ei ole vahet, samas ma ei ole ka kõige suurem pakkide tellija. aga eelistan seda, mis mulle vastuvõtmise hetkel lähemal, mugavam. üldiselt olnud see viimasel ajal omniva.
Kiire teenindus
Kapp on väljas.
Asuvad siseruumides ning mugavates asukohtades
Asukohalt kõige lähem, sobivaim.
Mulle tundub et itellal on kõige rohkem pakiautomaate üle eesti ja pakk tuleb suht kiiresti
Pakiautomaat asub siseruumides.
Sest pakiautomaat on õues ja saab ka hilja õhtul pakile järgi minna
Turvaline, lihtne, mugav
Sest antud ettevõtte automaadid asuvad siseruumides, saan olla kindel, et ilmaolude tõttu kaup kahjustada ei saa (nt Omniva väliautomaatides võiks internetist tellitud läätsevedelik ära külmuda vms)
Pole probleeme esinenud ja on trantsportinud kiirelt
Olen seda kasutanud ja rahul
Normaalse suurusega kapid, korralikult varju all, hind vastuvõetav, teenus hea
Kiire ja usaldusväärne
Enamasti kõige soodsam DPD on ka hea aga olen seda veel vähe kasutanud. Aga kasutan edaspidi kindlasti rohkem.
Põhjus juba kirjas. Et ei peaks asjatult ringi jooksima
Kiirus, kindla peale minek, mugavad asukohad
Minu jaoks sobivad asukohad ja kapid ei ole õues.
Odavam, mugavamates asukohtades minu jaoks
SeSt see on ainuke mu kodu lähedal

Lisa 2 järg

Kiire tarne, asju ei loobita
Vastatud eelmises küs-s
Pakiautomaadid paiknevad siseruumis, pakk ei saa kahjustatud.
Asukoht ning kujutlus, et AS Eesti Post on riigiettevõtte, seega osaliselt ju ka minu oma.
Kui peaks eelistama lisaks peamisele põhiargumendile ehk siis "asukohale hetkel lähimat", siis püüan eelistada ka enamasti kodumaist (kodumaise kapitaliga) teenusepakkujat.
Enamasti need asuvad minu kodu lähedal toidupoe kõrval, kiire, mugav, lihtne pakile järele minna või posti panna.
Mugavus(tead juba, kus automaadid on ning ka hindu peast) harjumuspärane
Juhuslikult
Esiteks seetõttu, et asuvad ruumides sees ja seetõttu ei pea muretsema ilmastikuolude pärast
See on odavam
Esimesel korral kasutasin juhuslikult, teist valikut ei olnud, ja kuna kõik sujus, pole olnud põhjus valikut muuta.
Sest need asuvad siseruumides ja on kõige usaldusväärsemad
Mugav pakiautomaadi asukoht, teenus usaldusväärsem kui omnival.
Ainuke automaat minu kodukohas
Sobivaim asukoht.
Kõige odavam
Kiire mugav probleemivaba väga heal tasemel klienditeenindus
Itella on siseruumis. Omniva pluss on, et ei pea läbi poe minema ja saab 24/7 kätte pakki.
Ei eelista seda, kasutan seda kuna see on ainus mis minu kodukohas olemas. Muidu meeldib Itella rohkem, kõik on kuidagi kiirem ja loogilisem. Lisaks kui on soov tellida midagi mis talvel õues külmas kapis kahjustada saaks.
Kiire ja odav
Siiamaani ei ole olnud ühtegi tõrget. Itella ja DPD'ga on esinenud.
Sest see on kõige lähemal kodule
hea ja kiire
On tunduvalt usaldusväärsem ja ka kiirem, kui näiteks Omniva. Olen mitmetelt inimestelt kuulnud, et Omnivas on kas pakk kaduma läinud või on pakk kätte saadud katkisenä. Ja Itella SmartPost on ka veidi odavam.
Usaldusväärseim kuvand, ainult head kogemused
Lähim
odavaim ja parim asukoht. Kaubanduskeskuse ukse juures õues, ei pea sisse minema. Mugav ja saab asja kiirelt aetud.
Pakiautomaat asub siseruumis.
Pakiautomaat, kuhu on 24/7 ligipääs, asub keskustest väljas pool - kätte saamise aeg ei sõltu keskuste lahti olemisest.
Hea hind ja pakid ei kao kunagi ära
Soojas ruumis. Arusaadavam kasutada, lihtsamad juhised jne.
parim agregaadid paiknemine paki kättesaamiseks/ saatmiseks
Hind, asukoht, mugavus
Sest olen seda harjunud kasutama.
Kõige soodsam
heades asukohtades pakiautomaadid, vähem probleeme kuulnud
Mida rohkemates kohtades on pakiautomaate, seda sagedamini neid valin.

Lisa 2 järg

Logistilistel põhjustel. Kodukohas pole teisi variante.
Asukoht ja ligipääs
Lähim
See asub minu kodule kõige lähemal
Pakiautomaat asub lähedal.
Siiani kõige meeldivam klienditeenindus ning pole probleeme olnud
Alati töökorras, mugav asukoht
Asukoht, lahtioleku aeg sobivaimad
Olen sellega enam harjunud.
Töö kiire ja korralik.
Hea asukoht, lihtne kasutada
Usaldusväärne
Kõige vähem probleeme ning pakiautomaadid siseruumides.
Kõige usaldusväärsem
Hea hinna ja kvaliteedi suhe
Omnival on nii kehv ekraan, numbrid tunduvad kuidagi kaugel klaasi taga, et jube kehv on vajutada neid. Smartpostil on see osa palju parem. Automaadid on toas soojas kah, ei pea õues külmetama.
Kiire, mugav, odavam. Omnivaga alati mingi kamm,
Pakiautomaadi asukoht on valikuliselt parim.
Saan minna kui endal sobib mitte kui keskus on lahti
Soodne
Kiire ja turvaline
Odavam
Nende automaadis on olnud kõige vähem tõrkeid olnud ja tarne kõige kiirem.
Pakiautomaadid asuvad sisetingimustes, ei ole niiske ja külma ilmaga õues. Kogemus näitab, et Itella Smartposti töötajad käsitlevad pakke hoolikamalt. Lisaks on neil xs suuruses kapp, millega väga hea väikeseid pakke saata.
Lähim
Jäänud mulje, et Smartpost on kõige lihtsamini kasutatav ja klientide poolt eelistatud.
pole teisi kasutanud
See on odavam ja selle automaate on rohkem kui DPD omi.
Pole mitte ühtegi probleemi ja automaate palju
Hea autom. võrgustik, sobivad hinnad ka kapisuurused.
Ära harjunud, logistiliselt lähim automaat, mida harjunud kasutama.
Tundub usaldusväärsem kui omniva, sest linnas, ku elan on vaid need kaks
Üldjuhul pakub odavamat teenust ning seni olen pakiautomaatidega rahule jäänud.
Omnivaga olen enim kokku puutunud, nii pakki ise saates kui ka internetist tellides vastu võttes.
Kõige mugavam kasutada
Endine Eesti Post on lihtsalt kõige suurem ja kõige paremini varustatud üle Eesti
Mugav, kodu lähedal, toimiv masin
Enamasti saadetavad pakid on väiksemõõdulised ning seega mahuvad soodsasse (võrreldes S kapiga) XS kappi.
Soodne hind
Sest nende pakid tuakse koju kätte.

Lisa 2 järg

Töötan selles ettevõttes
Seal on XS suuruses kapp
Mul on kõik 3 lähedal, kuid Omniva on õues ja sinna on mugavam minna, kui majja sisse teisele korrusele. Kuigi DPD automaat on samuti õues, siis paljud online poed ei loetle DPD pakiautomaati tarnevõimalusena.
Mõnikord eelistan siiski Itellat just selle tõttu, et on majas sees (kui tellin miskit temperatuuritundlikku)
Mulle kõige lähedam asukoht
Need asuvad siseruumides ja tunduvad turvalisemad
Smartpost, sest on kodule kõige lähemal. Hinna ja mugavuse poolest (24h avatud) eelistaksin omnivat kuid kahjuks ebasobivas kohas.
vajan sageli suuri kappe, mida teistel pole ja ka harjumuses ja need on siseruumides, Omniva ja DPD enamasti õues
Odavam ja võrgustik on suurem
Kõige odavam ja XS valik.
Mulle sobiv asukoht
Kiire
ainult asukoha tõttu. muidu valiks smartposti...
Hind
Kõige paremini toimiv pakiautomaat
Nad on õues ehk iga kell saab ligi
Saatmine/vastuvõtt võimalik 24h
Hea asukoht automaadid, mugav kasutada automaati
soodsaim, kindel ja vana turul tegija
Kuidagi parem maine
Odav ning nad pakuvad oma teenust kõikjal kust tellin
kõige lähemal kuhu saab autoga ligi
Odav ja hea
Kiire ja lihtne
Omnival on olnud mitmeid kordi, et ekraan ei tööta ja ei saa pakki kätte. DPD jääb mugabast kasutuskohast kaugemale.
asukoht mulle sobivam
Kindlam tunne
Pakiautomaat asub väljas ja saab minna järele igal ajal
Harjumus ja paiknevad minu elukoha lähedal
Asukoha tõttu
Paikneb siseruumides
Asub kõige lähemal
Odavam
Kuna olen ainult omnivaga pakke saatnud ning pakiautomaatide asukohad on minule sobivas koha, siis pole olnud põhjust mõnda muud teenusepakkujat kasutada.
Pakiautomaadid asuvad kodutee peal - mugav pakile järgi minna
Laialdane asukohavalik, hea hind, kõik pakid alati sihtkohta tervelt jõudnud, usaldusväärne
Hind, asukohad
Kõige soodsam ja ligemal elukohale
Asub kodu lähedal

Lisa 2 järg

Seos Eesti Postiga. Tundub usaldusväärsem.
On jäänud mulje, et tegemist on veidi soodsama ja laialdasemalt levinud teenusepakkujaga.
paki vormistamisel on kõige parem ja loogilisem leht.
Asukoha pärast ja talvel mugavam asju kätte saada, ei pea väljas külmetama.
Pakiautomaatid asuvad hoonetes sees, mistõttu olen päris kindel, et mu pakk on hoitud.
Lisask olen saanud ebameeldivaid kogemusi omnivaga (pakk tuleb küll kiiresti, ent tihti on kast ise katki või viimati oli lausa asi transpordi käigus katki läinud).
Nemad vastavad kõnelele, ja kiire kohale toimetamine
Levinuim
Kiire, on olemas xs mõõdukas kapp
Kuna pakiautomaat asub poes, mida tihti kasutan
Asukoha tõttu
Sest tundub, et ettevõtetel on nendega kõige suurem koostöö .
Kõige lihtsamalt ja loogilisemalt ülesehitatud süsteem
Sest nende automaadid asuvad väljas. Saab kiiremini.
kiire ja probleemideta paki saamine/saatmine
Üldjuhul odavam
Kõige kiirem teenusepakkuja siiani
Asub kodule kõige lähemal
On olemas kõikides suuremates Eesti linnades ja võimalus ka Soome ning Läti ja Leetu saata
Asukoht on kodule lähim
Kõige lähemal
Parim asukoht minu jaoks
Mugav asukoht, kiire
kiire teenus
automaadid 24/7
Kõige ligemal
Harjumus; asukoht siseruumis
Sobiv asukoht
Pakiautomaadid siseruumides
Asukoht, madal hind
Rohkem pakiautomaate, lähemal mu kodule
Sest tema pakub ainukesena seda teenust siin.
esimese korra tellisin sellega ja rohkem pole nagu huvitanud alternatiivid
Kõige soodsam
Mugavad asukohad, lihtne kasutada, automaadid töötavad alati, pole mitte kunagi mitte ühtegi probleemi olnud
Kergesti ligipääsetav
See on ainuke pakiautomaat, mis mu vanemate kodukandis on
Pakiautomaadi asukoht on sobivaim.
Kõige Odavam, ja head teadetised
Soodne hind
Lähim automaat
Kodule kõige lähemal
Kiresti toimiv teenindussüsteem ja makseterminal.

Lisa 2 järg

Ühe puhul on lepinguline seos ja teise puhul on nii kasutajamugavus kui ka hind.
Usaldusväärne, kiire
Asuvad väljas (kättesaadavad 24 tundi), prindivad vajalikud kleebised kohapeal
Hea asukoht
Tundub usaldusväärne, asukoht on kodulähedal
Olen Omnivast kõige rohkem kuulnud ning samuti saan seda teenusepakkujat usaldada, kuna probleeme pole veel tekkinud.
Lihtsus
olen harjunud seda kasutama
Ainuke automaat mis kodu lähedal + sinna saab 24/7 ligi ja pakid tulevad ikka väga kiiresti.
Selle teenusepakkuja automaat on elukohale kõige lähemal.
Parim hind
Usaldusväärsem
Soodne asukoht. Asub hoones sees.
Usalduslikkus,kvaliteet
Enamasti odavam
Kättesaadavus
Asub siseruumides ja ei ole ohtu et tooted nt külmaga kahjustada saaks ja kiire teenindus ja kodule lähedal
Parem
Pole kunagi probleemi olnud, kiire. Teistega sama öelda ei saa
Kiir,soodne,mugav ja pakid jõuavad tervelt kohale
Automaat on kodule kõige lähemal
Asukoht on kõige sobivam ja külma eest kaitstud kapid
Usaldusväärsem, paremad kogemused
Pole kunagi nendega probleeme olnud
Kodule lähedal
Pakk jõuab kiiresti kohale ning postikulu on soodne.
odavam
Omniva pakiautomaatide võrk on ulatuslikum üle Eesti ja Baltikumis
99% juhtudest olen paki ilusti kätte saanud. Lisaks soe koht ja töötavas masinad.
Parim hind, pole ühtegi halba kogemust minevikus vastupidiselt mõne konkurendiga
Pakiautomaadid on siseruumides ning pole tekkinud tõrkeid paki kättesaamisel. Samuti on pakid alati heas korras.
Lähim elukohale
Vist seepärast, et pakiautomaat asub väljaspool hoonet ja saab kätte mistahes ajal, teisalt seetõttu, et asub sobivas kohas.
pakiautomaadi asukoha pärast
Kodu lähedal
rohkem asukohti ja saan kasutada tasuta tänu aliexpressi
Soodne ja usaldusväärne, kiire
Kõige lähem elukohale
lähedal
Kodukohale lähemal
Pakiautomaat asub õues.
Mugav, lähedal

Lisa 2 järg

Kodule kõige lähemal
Automaadid on siseruumis
Lihtne ligipääs (õues)
See on kodule lähemal.
odavam
Pakiautomaatide võrgustik on laialdane üle Eesti, teenuse kvaliteet on olnud hea
Toob paki kätte tasuta või kõige odavamalt (nendel veebilehtedel, kus tavaliselt asju tellin)
Kodule kõige lähim
See oli esimene omalaadne, mida ma märkasin ja sellest ajast peale on nii jäänud
alati kõik korras
Kiire
pakiautomaadi asukoht
kõige kiirem ja lihtsam
Kõige kiirema teenusega
Kodule lähim
Varasemalt meeldis Smart post, aga seal on kuidagi see ooteaeg pikemaks veninud.
Omnivaga jõuab toode kiiremini minuni.
Kodule lähim ja tundub ka kõige kiirem teenus
Soe ruum, pakid ei külmu ära. Ärikliendil pakke lihtne sisestada. Saab korraga pakid kappi panna.
Usaldusväärne, paki saab kätte olenemata kellaajast
see on minule kõige lähemal
hind ja automaatide asukohad
Koduõe lähim ning kõige odavam
Pole probleeme ja asub ruumis sees
Tihti kõige odavam
Lähim
Pakiautomaat mugavamas kohas
Nende automaadid asuvad minu jaoks mugavates kohtades
Kuna siiani kõige usaldusväärsem
Hind hea, teenus kiire, palju pakiautomaate.
Püsib hästi meeles, kus Eesti Post asuda võiks + kodude lähedal alati
odavam
Positioneerib efektiivseimas kohas (kas kodu lähedal, kodu poe küljes, või jääb tee peale X linna läbisõidul)
asub väljas, saab kasutada peale poe sulgumist
Kaup kiirelt ja kvaliteetselt kohal
tuntud, usaldusväärne
Too mu AliExpressi tellimused kodu juurde
Hea asukoht ja teenus
Kuna see on kaubanduskeskuses sees, ehk sisetingimustes
pakiautomaat asub Selveris, mitte õues praktiliselt autoteel nagu omniva oma. Vihma ja lumega ja pimedas väga ebamugav õues toimetada

Lisa 2 järg

Omnivat eelistan, kui tean, et saan pakile järele minna hilisel ajal, kuna Omnivast saab paki iga kell kätt. Eelkõige eelistan Smartposti, kuna teenuse kvaliteet on märgatavalt parem, aga Smartposti piiravad kättesaamise/saatmise kellaajad. DPD-d olen kasutan vähe, kuna DPD-l on veel vähe automaate.
24h kättesaadav, saab pa-st saata kulleriga kätte, täitmine 10-ks, korje õhtul
Asub mulle sobivas kohas.
Asukohta lähedus
Siin pole muid pakiautomaate
Sest pakiautomaat asub alati siseruumis. Kaubad mida tellin ei talu talviseid välistemperatuure.
Omniva pakiautomaadi asukoht on kõige lähemal mu elukohale.
Kodu lähedal automaat, mugav ja lihtne kasutada. Pole olnud probleeme nagu omnivaga
Soodsam, mugav, kättesaadav, automaadid siseruumis
Rohkem minule vajalikud teenusepakkujad kasutavad Itella teenuseid.
Ainuke siin piirkonnas
Kuna asub sise tingimustes, siis ei ole suurt kartust et konsentraadid/tooted ära külmuksid asuvad siseruumides, mugavam tagastus võrreldes Omnivaga
Asub kodu lähedases müügikeskuses
Automaadi asukoht
Kiire tarne, kunagi pole ühtegi pakki ära kaotatud.
Omnivaga on pakid kaduma läinud
Teenuse hind on odavam ning pakiautomaate üle Eesti on rohkem. Ka on jäänud mulje, et teenindus on kiire ning korralik alati.
Kiire ja mugav, odavaim
Automaadid asuvad siseruumides
Pole halbu kogemusi
sest hind on oluline
Automaatide head asukohad tänaval. Autoga lihtsalt ligipääsetavad. Ei pea kaubanduskeskustesse sisse minema
Odavaim teenus
Harjumus ja mugavus
Saab paki igal ajal kätte.
Omniva prindib automaadist välja kleebise, kus kirjas vajalikud andmed, et pakk kohale jõuaks. Itellas olen pidanud eraldi saadetisele peale kirjutama. Ei ole kursis, kas Itella on uuenenud või mitte, kuid mugavusest olen kasutama hakanud ainult Omnivat.
Odavam konkurentsist
Kuna automaadid asuvad lähemal.
Kuna ei ole ühegi kohta uurinud, siis see tundub kõige enamlevinud ja ka endine eesti post.
Pakiautomaadid on mugavas kohas, esimest korda kasutasin seda, edasi olen millegipärast jäänud neid kasutama.
Hind on soodne
Lihtsalt kujunenud harjumus. Hind ka vahel soodsam.
Saan paki kiirelt kätte võtta - õues - ei pea poodi sisse ekslema minema. Eriti mugav on see nüüd väikse lapsega - pole vaja teda turvatoolist lahti võtta ja süles tassida, et korra pakk ära tuua. Ootab rahulikult autos selle lühikese aja kui Omnivast pakki võtan. Ja veel enne lapse saamist meeldis mulle pakki võtta öösel kuskilt ürituselt koju sõites.

Lisa 2 järg

Kuna Omnival on baltikumi suurim pakiautomaadi võrgustik ja pakid liiguvad suhteliselt kiirelt.
Odav, kiire, usaldusväärne
Omniva-ga on koguaeg probleeme
kodule kõige lähemal
Kodule kõige lähim
Hea odav
Kiire ja mugav
Lähim automaat paki kättesaamiseks
Asub elukoha lähedal
Lihne ja kiire
harjumusest
kindlaim
Kogu aeg saab kätte pakid ja ei pea ootama, et poest saad kätte
See on soodsam
Kiire teenus. Pakiautomaadid heade asukohtadega
Odav, mugav asukoht, pakid alati terved
Kiire ja mugav
et saab igal kella ajal kätte ja saata pakki
Pakiautomaat asub mugavas kohas
Kodule lähedal
Soojas kuivas ruumis, toidupoe juures, mugav
lihtne kasutajaliides, siseruumides mugavam kasutada kui väljas
Asub kõige lähemal
Sest pääseb 24/7 ligi
Kõige mugavam ehk see asub kodule lähedal on soodne. Olen harjunud
Kättesaadavam ja tundub usaldusväärsem
Minu jaoks sobivama asukohaga pakiautomaat
Harjumus, head asukohad

Lisa 3. Pakiautomaadi teenuse kasutamisega seotud huvitavad kogemused

<p>Tellisin Omnivasse paki aga teade tuli, et paki saate kätte sokisahtli kauplusest. Oli saadetud Venipaki kulleriga sinna. Kui tegin järelpärimise, siis nad põhjendasid seda seoses jõulude ja ülekoormusega ning et kauba kiiremaks tarnimiseks valisid nad teise kulleri.</p>
<p>Olen märganud, kuidas vahepeal automaati tühjendades (ametnikud mitte mina), on olnud osad kapid tühjad... Neile endile oli see vist igapäevane, kuid mina nägin esimest korda.</p>
<p>Ma ei saanud alguses üldse aru et ekraan oli puuetundlik ja ei osanud pakile järgi minna. Oih. Ei mäleta mis firma oma. Ju oli samas ka UI veidi vähe läbimõeldud, kui muidu igapäevasel arvutiga töötav noor ei saanud hakkama?</p>
<p>Omniva automaadi üks avanes nii vähe, et seda ei näinud hoolimata suunaviidast. Avanes ka vale üks ja pidasin seda õigeks ukseks. Kaup sisse ja pärast alles nägime õiget ust. Küsisime juuresolevast postkontorist, et mis nüüd saab, nad ütlesid, et ei tea, POLE NENDE AUTOMAAT; arvatavasti avastatakse ja jõuab ikka kohale. Helistasin ka infosse, keegi vastu ei võtnud. Jäime huviga asjade arengut vaatama eluga edasi minnes. Õnneks jõudis pakk kohale küllaltki kiiresti. Esimene ja viimane kord selle firmaga asju ajada seni.</p>
<p>SmartPost kasutab pühade aegadel lisajõudu ning olen pakiautomaatide juures näinud väga meeldivaid teenindajaid.</p>
<p>DPD saatis paki valesse automaati. Kui tahtsin viga parandada, ei suutnud nad minu nime ja telefoninumbri abil isegi mitte kindlaks teha, et kuskil mulle mõeldud pakk ringlemas on. Mitu korda pidi lõpuks helistama, et pakk õigesse kohta jõuaks. Sellegipoolest kasutaksin nende teenust veel, sest nad on soodsamad, kui teised.</p>
<p>Täksin pakile järgi ja nägin kuidas Omniva kuller pakke loopis, ka minu pakis oli õrn asi, ei tekitanud eriti soovi uuesti nende kaudu tellida.</p>
<p>Pole just huvitav, aga tundub, et seda juhtub, kus nt Omnivas pakki postitades jõuad sinnani, et ootad kleebise printimist, kuid lint masinast otsas. Olen näinud, kuidas kliendil kapiuks lahti, kuid pakki ära saata ei saa, sest aadressi pole kleepida. Lisaks ei vastanud infotelefon talle. Küsisin kaubanduskeskuses Omniva teeninduspinkist abi, kuid pakiautomaadid polevat nende teema.</p>
<p>Tahaksin kiita DPD pakirobotit, sest nii tore on vaadata, kuidas robot paki võtab riulist. Neid võiks ainult rohkem olla</p>
<p>Rimi kampaanias võitsin prantsuse šokolaadi mis lubati kulleriga ära tuua, kuu aega ootasin kuni tuli mobiiltelefoni sõnum et hoopis pakiautomaadist saan kätte. Pidingi kättesaamiseks automaadi juurde minema.</p>
<p>Pakk on olnud sõnaotseses mõttes muljutud ja kole, aitäh omniva!</p>
<p>Ükspäev helistati mulle omnivast, et minu pakk on nende käes aga soovitud pakiautomaat täis. Pakuti järgmist lähedal asuvat. Väga tore, aga tekib küsimus miks nad ei laiene kui see pidev probleem. Itellal sama asi.</p>
<p>Omniva pakkid tulevad kas väga kiiresti või ebameeldivalt pikalt.</p>
<p>Omnivaga seoses võib lõputult rääkida aga ema õpetas, et kui midagi head pole öelda, siis jäta ütlemata 😊</p>
<p>Väikelinnas elades e-poodidest asjade tellimine sageli mugavam lahendus (pole aega ega võimalusi suuremasse linna ostusõitude tegemiseks...) ja pakiautomaadi kasutamine mugavam transpordi viis.</p>
<p>omniva rikkus minu tellitud kauba ära ning ei võtnud vastutust selle eest</p>
<p>Itella SmartPost on mõnes kohas nii nõutud, et automaate pole piisavalt ning ajutine töötaja väljastab pakke. Võiksid paremini ruumikasutust planeerida, kuigi parem saan töötajalt paki kui et ootan pakki kauem</p>

Lisa 3 järg

<p>Olen märganud, et osta.ee kaudu eraisikult eraisikule kaupa edastades, võib juhtuda, et paned selle samasse pakiautomaati, kust see ka välja võetakse, aga selleks kulub ikkagi mitu päeva, enne kui inimesele teade saadetakse. Ehk siis ilmselt viiakse pakid minema ja tuuakse tagasi ka sel juhul, kui tegelikult nad peavad jõudma samasse kohta tagasi. Minu meelest on siin teenusele arenguruumi.</p>
<p>Omniva võiks oma putkad üldse kinni panna!!!</p>
<p>On juhtunud korra et sõnumiga tulnud uksekood on vale olnud. Sai siis e-maili pealt vaadatud ja seal oli õige kood, mis avas ukse.</p>
<p>Ekraan ei toimi omnival kuumaga. Külмага pole probleeme olnud</p>
<p>Teadsin, et pakiautomaadist pakki saates prindib masin ise aadressitšeki välja. Läksin siis Smartposti ning panin paki kappi ära ning alles siis mõistsin, et mu pakil pole ju aadressi peal. Selgus, et smartpostiga saates peaks ise pakile aadressi kirjutama, seda ma aga polnud teinud. Kuna see juhtus hiljuti, pole ma kindel, kas pakk jõudis kohale.</p>
<p>Smartposti tühjendaja ootas ära kuni paki vormistasin ja lasi paki teele panna kuigi ta aeg kulus :-)</p>
<p>Hea on sõpradega nalja teha vahel ja ootamatult nänni saata. Või siis ise saada.</p>
<p>millegipärast on nii, et kui tellid raske paki, siis see pannakse ülemisse kappi...</p>
<p>Omniva sai lisapunkte, sest pakiautomaat prindib vajadusel ka kleepeka pakile panemiseks. See tekitab palju suuremat usaldust, kui Itella lihtsalt peale kirjutatud nimi ja number.</p>
<p>Itella Smartpost saatis minule saadetud paki valesse automaati, teise linna otsa. Sellele järgi minnes ei avanenud rikke tõttu just ainult minu pakki hoidev kapiuks. Kõik teised kapid olid väidetavalt korras. Pikk sõit ning tühjade kätega lahkumine.... Pakk küll saabus järgmine päev õigesse kohta, kuid sekeldusi sellest pakist palju.</p>
<p>Pole midagi erilist olnud. Pakid on alati kenasti tervelt kohale jõudnud.</p>
<p>Kord tulin reisilt ning pagas reisis omasoodu. Lennufirmal Lufthansa oli teenusleping Omnivaga (kullerteenus). Kuna pagasis olid head Itaalia juustud tekkis olukord/ võimalus, et kuller jõuab nädalalõpu asemel minuni järgmisel nädalal. Palusin Omnival kasutada " kiirenduseks" pakiautomaati, mille teenus on 24/7.</p> <p>Saingi juba L hommikul teate, et pakk on saabunud. Jousfun järgi kl 17 paiku, väikelinn oli tühi ja pime (talv). Ainus undaja oli Omniva pakiautomaat, millest kuidagi ei õnnestunud oma kohvrit kätte saada. Õnneks leidis ekraanijuhistel võimalus kutsuda ka turvameeskond (G4S), siis nuputasime koos, kuidas tervel Omniva pakiseinal alarm maha saada. Olin üsna kangekaelne ja ütlesin, et ilma kohvrita ma ei lahku.</p> <p>Jaurasime seal pea 45 minutit, aga alarm sai maha, mina oma kohvri ning teised sinna kogunenud ootajad ka oma pakid kätte. G4S töötaja oli samuti õnnelik, et õppis reaalselt oma töö- nutividinat kasutama :-)</p>
<p>Üks kord läks omnivaga küll küpsetusvorm katki näiteks. Kuid kohe kui teada andsin läks vaid 1 päev, et kätte saada ilmselgelt prioriteeritud terve toode. Usaldan ikka omnivat täielikult. Eks me kõik ole inimesed, aga tore teada, et mure kähku lahendatud saab ja veel sellise hoolega.</p>
<p>Kuller oli väidetavalt ukse taga käinud aga tegelikult ei käinud ja lõpuks pidin ise pakiautomaati minema.</p>
<p>Pigem mõte. Nimelt kui lähed pakki saatma ja pead tegema esimesi toiminguid, siis pole seda saadetavat pakki kuhugile panna, kui siis ainult maha ja kui sul on endal veel kott vms siis pole seda ka kuhugile panna, kui maha.</p>
<p>Väline pakiautomaat võib külмага ukse avamata jätta.</p>

Lisa 3 järg

Huvitavat mitte, kuid negatiivne küll. Pakk, mis saadeti oli pakiautomaate vahetades muutunud ehk sisu oli rikutud. Läbisime ka menetluse, mille käigus siiski väideti, et saatja on vastutav. Kuigi saatjaks oli minu väga lähedane inimene, kes postitas korraliku paki. Seega, jah ...
sms teates võiks olla firma nimi esiletoodud, kunagi ei mäleta millise firma kapi juurde minema peab, eriti nt kui ühes kaubanduskeskuses erinevates otstes on erinevad firmad esindatud
Tooksin siin välja veel omniva äparduse.. Minu sõbranna mees jäi oma pakist ilma, kuna tal on nimekaim ning too sai paki endale. Olen seda lugu veel kuulnud. Ise tooksin veel välja oma negatiivse kogemuse omnivaga, kus transpordi käigus ka minu tellitud asi lõhuti.
Omniva lehel eelnevalt vormistatud pakki ei võtnud pakiautomaat vastu. Omniva klienditeendindus lahendas probleemi.
Omniva süsteem läks külmaga hulluks, pikalt ei toiminud puuetundlikkus ning siis hakkas tegema restarti nii nagu mingi vana kastiga lauaarvuti. Ei jõudnudki lõpuni oodata, vaid loobusin pakkide sisestamisest sealses automaadis ja läksin järgmisesse.
Tihti Omniva pakiautomaadid ei anna tšekki
Nägin Tanel Padarit pakiautomaadi juures
Omniva pakiautomaat oli rikkis kahel korral kolmest, kui ma neid kasutasin
Eile Omniva automaadi ekraan ei toiminud. Omniva on valesse kohta saatnud ja ära kaotanud pakke.
Pakiautomaadid on täis ja saad paki ikkagi klienditeenindajalt, kes kastiga kapi kõrval istub
Itella jagab jõulude ajal klientidele karamellkomme. Väike, aga armas žest ☺
Tahtsin pakki ära saata, kuid pakutud sahtli box oli juba hõivatud teise /võõra pakiga.
Viimasel paaril korral on juhtunud nii, et lähed pakke viima ja avastad, et pakiautomaat on täis. Viimasel korral soovisin kiiresti pakki kätte saada ja tellides vale kauba palusin tootjal saata ka alternatiiv kindlasti enne nädalavahetust välja. Laupäeval kaubale järgi minnes, aga avastasin, et kapp oli rikkega ja ühtegi pakki ikka kätte ei saanud enne kui alles esmaspäeva hommikul. Inimeste kasutus on kasvanud ja seega võiks nende mahutavused kasvada ja seega ka paraneda töökindlus.
Aasta jooksul seisis pakiautomaat Mustamäe Statoili juures ja üks päev kadus ära :(Mõtlesin, kas ainult mulle meeldis selle asukoht?!
Omniva teenuse veidrustest võiks lausa anekdoote rääkida, küll jõuab sõnum enim kohale, kui pakk füüsiliselt automaati, kord küsis teenindaja telefonis, kas päike paistab õues, see võib mõjutada automaadi ekraani tööd. Lisaks, kui on postkontor samas majas kui automaat, siis neil puudub igasugune võimekus pakiautomaadi muredega inimest aidata. Kurb. Klienditeeninduse telefonile helistades olen oodanud ca 30 minutit... Ei soovita Omniva teenuseid.
Pakiautomaat täis
Omnival on probleeme puuetundlikkusega. Võib-olla siin määravaks teguriks välitingimused
Collect.net oli üllatavalt hea koha peal ja üllatavalt ägeda pakiautomaadiga
inimesed unustavad omniva automaast pandes ukse kinni kontrollida kas ikka uks on kinni ja selle pärast jääb masin arama et uks lahti, ja edasi ei saa tegutseda järgmine klient
Omnivaga on läinud pakke kaduma ja on saabunud katkise pakendiga. Üks pakk on kadunud juba suvest.
Kiireim kogemus Saaremaalt Tallinna samal päeval

Lisa 3 järg

<p>Auto juht pani kogemata minu paki võõrasse kappi, sest pakid olid kokku kleepunud. Ühel hetkel helistas mulle võõras inimene ja küsis kas ootan pakki ja et tema sai minu paki ka. Sain oma paki kätte. Päev hiljem sain sõnumi itellast, et pakk hilineb. Kiusu pärast ootasin millal vabandama hakkavad. Läks veel 4 päeva. Kui helistati uuriti siis ütlesin et sain paki, aga oleksin vabalt võinud ilma jääda. Süüdistati autojuhti. Õeldi et räägivad juhiga. Läks see kord õnnelikult.</p>
<p>Tellisin ükskord kauba SmartPOSTi pakiautomaati, aga sain tellimuse kätte hoopiski Omniva pakiautomaadist.</p>
<p>Itellal kulub Tallinna ühest otsast teise paki toimetamiseks 3-4 päeva, sama hästi võiks juba ise järgi minna... Aga kui kiiret pole, siis sobib Smartpost hästi.</p>
<p>sain sõnumi, et Laagris on pakiautomaadis aga tegelikult ei olnud ma midagi tellinud ja veel vähem sinna asukohta.</p>
<p>Omniva pakiautomaadi ekraanid on olnud miinuskraadidega nii jääs, et ei funktsioneerid</p>
<p>Tellisin lapsele Tallinnast kell 19.40 kombe ja kombe oli hommikul kell 8 Omniva pakiautomaadis</p>
<p>Pakk oli automaadis, aga sõnumit alguses ei tulnud. Tuli alles mitu päeva hiljem kordussõnum, et pakile järgi läheks. Tegu omnivaga</p>
<p>Jõulude ajal Kristiine keskuse pakiautomaat oli pilgeni täis, nii et juurde ei saanud panna ja Smartposti töötajad istusid oma kastidega automaadi kõrval ja jagasid isiklikult pakke kätte soovijaile. Võiks ju arvata, et "ebamugav" kogemus või et süsteem ei tööta, aga kuna teenindajad olid nii sõbralikud ja rõõmsad ning tuhnisid õiget pakki otsides oma kastides, siis see tegi just tuju heaks ja oli nii vahva kogemus, et mõtlesin, et automaadi asemel võikski iga kord inimene neid pakke jagada - tegi jõulude-eelse sagimise ajal päeva kohe palju rõõmsamaks :)</p>
<p>Pühade ajal on olnud probleeme, et inimesed tellivad palju pakke, aga ei võta neid välja. Nii on ka tarneaeg pikemaks veninud, sest kulleril polnud võimalik pakke lisada.</p>
<p>Tellisin 9.03.18 -ks Arsenali keskuse Omniva pakiautomaati e.poest ostetud kauba, kuid kokkuvõttes sain paki kätte Arsenali keskuse Omniva postkontorist, kuna Omniva pakiautomaadis ei olnud vakantsi. Omniva küll teavitas eelnevalt, ent postkontoris lisandus ooteaeg ja ka väike segadus isikut tõendava dokumendiga, ent kõik lahenes siiski.</p>
<p>Peetri selveri pakiautomaadist (Itella) ei ole pakki mitte ühtegi korda esimesel katsel kätte saanud. (10 korda)</p>
<p>Mulle meeldib, et Omniva lubab, et pakk on järgmisel päeval kella 10ks kohal ja nii on ka olnud. Kohe hasardiga jälgin, mis kell sms tuleb ja suts enne või pärast kella 9. Võimalik, et Smartpost teeb sama kiirelt, ei tea. Siis kiidaksin neidki.</p>
<p>On olnud juhtum, kus pakk oli paigutatud kõige kõrgemasse kappi, lisaks oli tegu suure pakiga ning see oli sinna surutud. Kätesaamine osutus minu kui lühikese inimese jaoks päris koomiliseks ja vajasin abi.</p>
<p>Omnival on sageli trükipaber otsas, ei saa kviitungit printida, mitu sellist olukorda pani täiendavalt Itellat eelistama; Smartpostil miinuseks see, et klienditelefon ei tööta kogu avatud olemise aja, kui peaks olema kontakti vaja</p>
<p>Huvitavat pole aga Omniva puhul meeldib trükitud sedel, mida pakile kleepida.</p>
<p>Täna soovisin Itellast pakki välja võtta, aga süsteem "jooksis kokku" ja ekraanile kuvati "Hooldustööd. Vabandame" . Olin väga kurb, sest pakki oli hädasti vaja.</p>